



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN E
IMPLEMENTACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA EN
LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”

**TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

AUTORA:

JOHANA ELIZABETH VÉLEZ VERA

DIRECTORA:

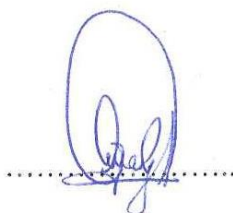
MSc: ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERON

IBARRA, JULIO 2018

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado, Sra. **Johana Elizabeth Vélez Vera**, para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, CPA, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se dirige.

Dado en la ciudad de Ibarra, a los 15 días del mes de febrero del 2018



MSC. ANITA ARCINIEGAS

DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.

La Universidad Técnica del Norte dentro del Proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de texto completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	130987703-1
APELLIDOS Y NOMBRES:	VÉLEZ VERA JOHANA ELIZABETH
DIRECCIÓN:	NELSÓN DÁVILA 3-91 Y PANAMERICA NORTE
E-MAIL:	marejohy@hotmail.com

TELÉFONO	056 055012	CELULAR:	0999690790
FIJO:			

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR:	JOHANA ELIZABETH JOHANA ELIZABETH
FECHA:	27 DE JULIO DEL 2018
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.
ASESORA:	MSC. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERON

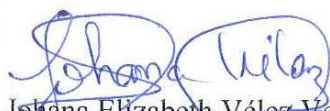
2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, JOHANA ELIZABETH VÉLEZ VERA, con cédula de ciudadanía Nro. 130987703-1, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 27 de julio del 2018

LA AUTORA



Johana Elizabeth Vélez Vera

C.C. 130987703-1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A

FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, JOHANA ELIZABETH VÉLEZ VERA, con cédula de ciudadanía Nro. 130987703-1, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5, y 6 en calidad de autor de trabajo de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA” que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En consideración suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

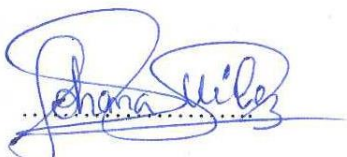
Ibarra, 27 de julio del 2018


Johana Vélez Vera

1309877031

AUTORÍA

Yo, JOHANA ELIZABETH VÉLEZ VERA, portador de cédula de ciudadanía Nro. 130987703-1, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”, es de mi autoría y que no ha sido previamente presentado para ningún otro fin de orden académico o profesional y que los resultados de la investigación y sus respectivas fuentes bibliográficas se detallan en el presente documento.



Johana Vélez Vera

130987703-1

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a mi padre Celestial Dios que con su bendición y protección me permitió llegar y plasmar este sueño, ser una profesional.

A mi madre Zoyla Vera Mendoza que ha sido mi base y mi pilar para salir adelante, cumplir con las metas y objetivos que hoy se hacen realidad ella con sacrificio, esfuerzo, amor y dedicación me enseñó a luchar para alcanzar lo que me proponga, con decisión, responsabilidad y respeto.

A mis adorados hijos que son mis amores eternos Marelyn, por su apoyo incondicional e invaluable supo entenderme y estar allí en todo momento y a su corta edad me brindó su apoyo desinteresadamente con sus hermanos Carlos y Melany, sin embargo, sin hacer de menos a mis chiquitos les dedico este trabajo por su espera y cariño ya que sin ellos no se hubiese materializado el anhelo de culminar los estudios profesionales.

A mis hermanas Ingrid y Ligia quienes en todo este trayecto me alentaron y depositaron su confianza para que pueda sobreponerme a las adversidades que se me presentaran.

A mi Tía Marlene que es, como una madre, ella con su ejemplo de lucha, sacrificio y esfuerzo me supo inculcar que todo lo que se quiere se puede, a mi Primo Jorge que estuvo en los momentos más difíciles me apoyo sin condición.

A mi querida Universidad Técnica del Norte a quien debo mi formación académica y profesional y a todos los maestros que me impartieron sus conocimientos para llegar a mi meta.

Johana Vélez Vera.

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a mi padre Celestial Dios que con su bendición y protección me permitió llegar y plasmar este sueño, ser una profesional.

A mi madre Zoyla Vera Mendoza que ha sido mi base y mi pilar para salir adelante, cumplir con las metas y objetivos que hoy se hacen realidad ella con sacrificio, esfuerzo, amor y dedicación me enseñó a luchar para alcanzar lo que me proponga, con decisión, responsabilidad y respeto.

A mis adorados hijos que son mis amores eternos Marelyn, por su apoyo incondicional e invaluable supo entenderme y estar allí en todo momento y a su corta edad me brindó su apoyo desinteresadamente con sus hermanos Carlos y Melany, sin embargo, sin hacer de menos a mis chiquitos les dedico este trabajo por su espera y cariño ya que sin ellos no se hubiese materializado el anhelo de culminar los estudios profesionales.

A mis hermanas Ingrid y Ligia quienes en todo este trayecto me alentaron y depositaron su confianza para que pueda sobreponerme a las adversidades que se me presentaran.

A mi Tía Marlene que es, como una madre, ella con su ejemplo de lucha, sacrificio y esfuerzo me supo inculcar que todo lo que se quiere se puede, a mi Primo Jorge que estuvo en los momentos más difíciles me apoyo sin condición.

A mí querida Universidad Técnica del Norte a quien debo mi formación académica y profesional y a todos los maestros que me impartieron sus conocimientos para llegar a mi meta.

Johana Vélez Vera.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por brindarme sabiduría, inteligencia y paciencia, a mi madre Zoyla por darme la vida, que con su ayuda me permitió mirar con otra perspectiva el destino, tomar decisiones y arriesgarme a los obstáculos que se me pusieran en el camino, por su apoyo de educar y criar a mis hijos cuando yo no pude estar con ellos, por conseguir este logro que es ser profesional, como no; recalcar que siempre me dijo: que con sabiduría, amor, esfuerzo, trabajo y constancia todo se consigue, Gracias Madre.

De manera especial expresar mi gratitud, por su amor, su paciencia y espera a mis hijos Marita, Carlitos y Melita que sin ellos no hubiese podido culminar este proyecto.

A mis hermanas Ingrid y Ligia, a mi sobrina Brianna, mi tía Marlene, mi primo Jorge, mi Cuñado Elvis y todos mis familiares que cada momento han estado pendientes y que me han enseñado que en la vida hay que seguir adelante, a todos aquellos que han compartido su tiempo y han hecho que la vida tome otro sentido.

A mi asesora de tesis que sin su ayuda y conocimiento no hubiese sido posible realizar este proyecto.

A mis grandes amigos de lucha que me ayudaron incondicionalmente que supieron entenderme, darme ánimos, y me compartieron sus conocimientos como profesionales una gratitud y agradecimiento eterno al Ing. Oscar Muñoz y Ing. Luis Torres que estuvieron en todos los momentos.

Al Ing. Jesús Loor que me incentivo para poder culminar con mi meta y me dio la oportunidad de trabajar en tan prestigiosa Institución IESS, a mis Jefes, en especial al Ing. Richard Espinoza que me abrieron las puertas y me apoyaron cada uno en su forma y manera, a mis compañeros de trabajo que compartí momentos únicos.

A mis profesores que han sido parte de mi vida estudiantil y que sin egoísmo alguno han compartido sus conocimientos y sus experiencias formándome como mejor persona y buen profesional.

A mis amigos, mis compañeros de aula, por estar siempre a mi lado, que, con su ayuda, su confianza y su apoyo han hecho que días normales se conviertan en días inolvidables.

A Escuela de Contabilidad y Auditoría de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, por haber compartido sus conocimientos para la elaboración de este trabajo.

Johana Vélcz Vera.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por brindarme sabiduría, inteligencia y paciencia, a mi madre Zoyla por darme la vida, que con su ayuda me permitió mirar con otra perspectiva el destino, tomar decisiones y arriesgarme a los obstáculos que se me pusieran en el camino, por su apoyo de educar y criar a mis hijos cuando yo no pude estar con ellos, por conseguir este logro que es ser profesional, como no; recalcar que siempre me dijo: que con sabiduría, amor, esfuerzo, trabajo y constancia todo se consigue, Gracias Madre.

De manera especial expresar mi gratitud, por su amor, su paciencia y espera a mis hijos Marita, Carlitos y Melita que sin ellos no hubiese podido culminar este proyecto.

A mis hermanas Ingrid y Ligia, a mi sobrina Brianna, mi tía Marlene, mi primo Jorge, mi Cuñado Elvis y todos mis familiares que cada momento han estado pendientes y que me han enseñado que en la vida hay que seguir adelante, a todos aquellos que han compartido su tiempo y han hecho que la vida tome otro sentido.

A mi asesora de tesis que sin su ayuda y conocimiento no hubiese sido posible realizar este proyecto.

A mis grandes amigos de lucha que me ayudaron incondicionalmente que supieron entenderme, darme ánimos, y me compartieron sus conocimientos como profesionales una gratitud y agradecimiento eterno al Ing. Oscar Muñoz y Ing. Luis Torres que estuvieron en todos los momentos.

Al Ing. Jesús Loor que me incentivo para poder culminar con mi meta y me dio la oportunidad de trabajar en tan prestigiosa Institución IESS, a mis Jefes, en especial al Ing. Richard Espinoza que me abrieron las puertas y me apoyaron cada uno en su forma y manera, a mis compañeros de trabajo que compartí momentos únicos.

A mis profesores que han sido parte de mi vida estudiantil y que sin egoísmo alguno han compartido sus conocimientos y sus experiencias formándome como mejor persona y buen profesional.

A mis amigos, mis compañeros de aula, por estar siempre a mi lado, que, con su ayuda, su confianza y su apoyo han hecho que días normales se conviertan en días inolvidables.

A Escuela de Contabilidad y Auditoría de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, por haber compartido sus conocimientos para la elaboración de este trabajo.

Johana Vélez Vera.

INDICE

INDICE.....	XV
INDICE DE TABLAS.....	XIX
INDICE DE GRÁFICOS	XXII
TEMA:.....	1
OBJETIVO GENERAL	1
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1
CAPÍTULO I.....	2
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	2
1.1. Antecedentes	2
1.2. Justificación	3
1.3. Objetivos	3
1.4. Variables Diagnósticas.....	4
1.5. Indicadores.....	4
1.6. Matriz de Relación Diagnóstica.....	5
1.7. Análisis de las Variables Diagnósticas	6
1.8. Elaboración de la Matriz AOOR.....	9
1.9. Cruce Estratégico de Aliados, Riesgos, Oponentes y Oportunidades	9
1.10. Identificación de la Oportunidad Inversión.....	10
CAPÍTULO II.....	11
2. MARCO TEÓRICO	11
2.1. Introducción	11
2.2. Objetivo General	11
2.3. Definición de los términos	11
CAPÍTULO III	20
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	20
3.1. Introducción	20

3.2. Objetivo General.....	20
3.3. Objetivos Específicos	20
3.4. Variables e Indicadores del Estudio del Mercado	21
3.5. Matriz de variable del estudio de mercado	22
3.6. Identificación del producto o servicio	24
3.7. Segmento de mercado.....	25
3.8. Tabulación y análisis de la encuesta	27
3.9. Identificación de la demanda	39
3.10. Identificación de la oferta	41
3.11. Balance oferta-demanda	42
3.12. Demanda Potencial a Satisfacer.....	42
3.13. Precios.....	43
3.14. Comercialización	44
3.15. Conclusiones del estudio de mercado	47
CAPITULO IV	48
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	48
4.1. Introducción	48
4.2 Objetivo General.....	48
4.3. Objetivos Específicos	48
4.4. Localización.....	48
4.5. Tamaño y capacidad del proyecto	52
4.6. Ingeniería del proyecto	53
4.7. Presupuesto técnico.....	60
4.8. Conclusiones:.....	65
CAPITULO V	66
5. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	66
5.1. Introducción	66

5.2. Objetivo General.....	66
5.3. Objetivos Específicos	66
5.4. Determinación de Ingresos	66
5.5. Determinación de Egresos	67
5.6. Gastos Administrativos.....	69
5.7. Amortización de activos diferidos	71
5.8. Gastos de Ventas.....	71
5.9. Gastos Financieros	72
5.10. Depreciaciones.....	75
5.11. Resumen de Costos y Gastos	77
5.12. Estados Financieros	78
5.3. Conclusión:	85
CAPITULO VI.....	86
6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	86
6.1. Objetivo General.....	86
6.2. Objetivo Específicos	86
6.3. Nombre de la Empresa.....	86
6.4. Logo	86
6.5. Eslogan.....	87
6.6. Filosofía de la Empresarial	87
6.7 Orgánico Estructural.	89
6.8. Constitución Legal	93
6.9. Aspectos Legales de Funcionamiento.....	93
6.10. Conclusiones:.....	94
CAPÍTULO VII.....	95
ANÁLISIS DE IMPACTOS	95
7.1 Introducción	95

7.2. Objetivo General.....	95
7.3. Objetivos Específicos	95
7.4. Sistema de impactos.....	96
CONCLUSIONES.....	101
RECOMENDACIONES	103
BIBLIOGRAFIA.....	105
ANEXOS.....	106

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables e Indicadores	4
Tabla 2. Matriz de Relación Diagnostica	5
Tabla 3. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015	6
Tabla 4. Matriz AOOR	9
Tabla 5. Variables e Indicadores del Estudio del Mercado	21
Tabla 6. Matriz de variable del estudio de mercado	22
Tabla 7. Productos y Servicios	24
Tabla 8. Tamaño de Muestra	25
Tabla 9. Origen del encuestado	27
Tabla 10. Genero de los turistas	28
Tabla 11. Edad de los turistas en la ciudad de Otavalo	29
Tabla 12. Uso de sombrero de paja toquilla	30
Tabla 13. Porque el no uso del sombrero de paja toquilla.	31
Tabla 14. Frecuencia del uso de sombreros	32
Tabla 15. Aspectos del sombrero de paja toquilla.	33
Tabla 16. Preferencia de plaza	34
Tabla 17. Aceptación de la venta de paja toquilla	35
Tabla 18. Para los productores	36
Tabla 19. Publicidad del producto	37
Tabla 20. Tipos de preferencia	38
Tabla 21. Demanda Consumidora	39
Tabla 22. Determinación de la demanda Anual.	39
Tabla 23. Formula de la demanda proyectada	40
Tabla 24. Demanda proyectada	40
Tabla 25. Determinación de la oferta en la Ciudad de Otavalo	41
Tabla 26. Proyección de la oferta	42
Tabla 27. Balance oferta y demanda	42
Tabla 28. Demanda potencial a satisfacer	43
Tabla 29. Análisis de precio de la competencia	43
Tabla 30. Precio de ventas en la empresa	44
Tabla 31. Proyección de los precios	44
Tabla 32. Método cualitativo por puntos	51

Tabla 33. Capacidad e ingreso anual de unidades en la empresa.....	52
Tabla 34. Porcentaje de capacidad de ventas de la empresa	52
Tabla 35. Actividades de compra del producto.....	54
Tabla 36. Entrega del Sombrero al Vendedor	55
Tabla 37. Venta de Mercadería y Rendición de cuentas del vendedor al administrador	56
Tabla 38. Distribución operativa de la empresa.....	59
Tabla 39. Muebles de oficina	60
Tabla 40. Equipo de cómputo	61
Tabla 41. Resumen de Inversión Fija.....	61
Tabla 42. Gastos diferidos.....	61
Tabla 43. Costo de Mercadería	62
Tabla 44. Servicios Básicos	62
Tabla 45. Personal Administrativo.....	63
Tabla 46. Honorarios del contador.....	63
Tabla 47. Gastos Administrativos	63
Tabla 48. Gastos ventas.....	63
Tabla 49. Capital de Trabajo	63
Tabla 50. Inversión Inicial	65
Tabla 51. Financiamiento.....	65
Tabla 52. Determinación de ingresos.....	67
Tabla 53. Proyección de ingresos.....	67
Tabla 54. Mercadería/Inventario	67
Tabla 55. Proyección de costo de mercadería	68
Tabla 56. Servicios Básicos	68
Tabla 57. Costos de Operación	69
Tabla 58. Tasa promedio para sueldos y salarios.....	69
Tabla 59'. sueldo mensual del empleado	70
Tabla 60. Proyección sueldo del empleado.....	70
Tabla 61. Servicios Profesionales	71
Tabla 62. Amortización de activos diferidos	71
Tabla 63. Total, Gastos Administrativos.....	71
Tabla 64Gasto de ventas	72
Tabla 65. Proyección de gasto de ventas	72
Tabla 66. Amortización del Crédito.....	73

Tabla 67. Gastos Financieros	74
Tabla 68. Equipo de Cómputo	75
Tabla 69. Muebles de Oficina	75
Tabla 70. Depreciación Mobiliario	76
Tabla 71. Depreciación Equipo de Computo	76
Tabla 72 Depreciación equipo de computo.....	76
Tabla 73. Depreciación mueble de oficina.....	77
Tabla 74. Resumen depreciaciones	77
Tabla 75. Resumen de Costos y Gastos	77
Tabla 76. Balance General	78
Tabla 77. Estado de resultados proyectados	79
Tabla 78. Flujo de Caja Proyectado	80
Tabla 79. Valor Actual Neto (VAN).....	80
Tabla 80. Tasa Interna de Retorno (TIR)	81
Tabla 81. Beneficio / Costo.....	82
Tabla 82. Periodo de Recuperación de la Inversión.....	82
Tabla 83. Tiempo de Recuperación	83
Tabla 84. Punto de Equilibrio	83
Tabla 85. Costo de Oportunidad	83
Tabla 86. Gerente	90
Tabla 87. Contador/a.....	91
Tabla 88. Vendedor.....	92
Tabla 89. Valoración de Impactos	96
Tabla 90. Impacto económico	97
Tabla 91. Impacto social	98
Tabla 92. Impacto cultural	99
Tabla 93. Impacto general.....	100

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Definición de términos.....	11
Gráfico 2. Origen	27
Gráfico 3. Genero de los turistas.....	28
Gráfico 4. Edades	29
Gráfico 5. Uso de sombrero de paja toquilla.....	30
Gráfico 6. Motivos del no uso del sombrero de paja toquilla	31
Gráfico 7. Compra de sombreros	32
Gráfico 8. Aspectos del sombrero.....	33
Gráfico 9. Preferencia de plaza	34
Gráfico 10. Venta de sombreros en Otavalo	35
Gráfico 11. Promoción	36
Gráfico 12. Publicidad del producto	37
Gráfico 13. Productos relacionados	38
Gráfico 14. Estrategias de promoción y publicidad	46
Gráfico 15. Principales mecanismos de publicidad	46
Gráfico 16. Macro localización del proyecto	49
Gráfico 17. Mapa Croquis del Sector.....	50
Gráfico 18. Mapa Satelital	50
Gráfico 19. Flujograma	53
Gráfico 20. Actividades de compra del producto.....	54
Gráfico 21. Entrega del Sombrero al Vendedor.....	55
Gráfico 22. Venta de Mercadería y Rendición de cuentas del vendedor al administrador .	56
Gráfico 23. Equipo de computación operativo	58
Gráfico 24. Muebles de oficina	58
Gráfico 25. Muebles operativos	59
Gráfico 26. Distribución de la planta	60
Gráfico 27. Logo	86
Gráfico 28. Orgánico Estructural	89
Gráfico 29. Orgánico Funcional.....	89

TEMA:

Creación e Implementación de una pequeña empresa comercializadora de sombreros de paja toquilla en la Ciudad de Otavalo Provincia de Imbabura.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un estudio para la creación e implementación de una pequeña empresa para la comercialización de sombreros de paja toquilla en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Perpetrar un análisis del entorno externo e interno del Cantón Otavalo, por medio de la utilización de instrumentos de investigación pertinentes, para definir el medio donde se va a desarrollar el proyecto.

Instaurar las bases teóricas-científicas, con una investigación documental, logrando sustentar de manera adecuada el proyecto a ser empleado.

Establecer un estudio de mercado, con la utilización de herramientas que permita el conocer: la oferta, la demanda, otras variables que son base fundamental en el mercado el determinar la demanda insatisfecha.

Realizar un estudio técnico, con la utilización de predomnios financieros, logrando conocer el lugar requerido, la tecnología u otros recursos necesarios, con los cuales se podrá desarrollar apropiadamente el proyecto.

Valorar la posibilidad financiera y económica del proyecto, por medio de un análisis financiero, logrando determinar si el proyecto es viable.

Proponer una organización administrativa, de todas los que conformar el nivel jerárquico, constitución legal y lograr su excelente labor.

Investigar las secuelas positivas y negativas que conllevan la implementación del proyecto, mediante técnicas y un análisis con el propósito de minimizar los efectos negativos y engrandecer los positivos.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El Ecuador en los últimos años se ha caracterizado por la producción y comercialización del sombrero de paja toquilla cumpliendo los estándares de calidad exigido por los consumidores de otros países. El sombrero típico de paja toquilla se fabrica principalmente en las provincias de Manabí y Azuay conocidos como el sombrero Montecristi o sombrero Cuencano.

En la actualidad en la Ciudad de Montecristi donde se fabrican artesanalmente estos sombreros existen aproximadamente 2000 productores de sombreros de paja toquilla que contribuyen con la economía nacional, por ende, al fomento de fuentes de trabajo.

El Estado Ecuatoriano está incentivando el emprendimiento para la implantación de pequeños y medianos establecimientos económicos, para las familias o grupos organizados de emprendedores con la finalidad de motivar a microempresas auspiciadas por la Súper Intendencia de Economía Popular y Solidaria donde tienen exoneraciones de impuestos, préstamos a través de BanEcuador a intereses bajos y la organización de gremios o asociaciones.

El cantón Otavalo esta entre los más representativos dentro del desarrollo turístico y económico de la Provincia de Imbabura. Con gran acogida de la población extranjera que se ha asentado en esta ciudad, quienes son partícipes del progreso y mejoramiento del cantón, a través del establecimiento de actividades productivas y económicas realizadas en toda la zona en especial la tradicional y conocida Plaza de Ponchos.

Según el Ministerio de Turismo en su publicación del boletín de indicadores turísticos del mes de octubre 2017, indica que en el periodo de enero a octubre del presente año la población extranjera que ha ingresado al País es de 1'305.157 personas de los cuales un 25% a ingresado al Cantón Otavalo lo que quiere decir que 326.289 personas extranjeras han visitado dicho Cantón por su principal atractivo turístico que es la Plaza de Ponchos.

En la ciudad de Otavalo se han establecido comercializaciones, donde se elaboran todo lo correspondiente a su tradición, en vestimenta, entre los que más destacan están los anacos, ponchos, sombreros, cobijas de lana de oveja, sacos de lana, manualidades en piedra, madera, que son atractivas para la población ecuatoriana y extranjera.

1.2.Justificación

La ciudad de Otavalo es un punto sumamente estratégico para la comercialización de lo que corresponde a esta prenda de vestir, como un accesorio ancestral en el Ecuador, como lo es el sombrero de paja toquilla.

En concordancia al artículo 284 de la Constitución Política del Estado que rige desde 2008, el sistema de política económica tiene como principales objetivos incentivar la producción nacional, brindando un valor agregado al empleo en todas las formas y maneras de trabajo. Además, se apoya la libre comercialización, de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.

En concordancia con el Objetivo N° 10 del Plan del Buen Vivir, hace referencia la transformación de la matriz productiva garantizando la entrada de micro, pequeñas y medianas empresas a la actividad económica y productiva, servicios y coproductores que dinamizan la economía.

El cantón Otavalo es un referente turístico a nivel nacional y mundial sus exuberantes paisajes y su gran identidad cultural, el ingreso de turistas extranjeros hace ser una buena oportunidad de implementar una empresa comercializadora de sombreros artesanales de paja toquilla de buena calidad , producidos en el Ecuador, pudiendo contribuir con el incremento del desarrollo artesanal y económico del sector, puesto que actualmente en la Ciudad de Otavalo cuenta con uno de los mercados artesanales más grandes del Ecuador conocido como el Centenario o “Plaza de los Ponchos” donde se concentran productores y artesanos que ofertan sus productos.

1.3.Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Perpetrar un análisis del entorno externo e interno del Cantón Otavalo, por medio de la utilización de instrumentos de investigación pertinentes, para definir el medio donde se va a desarrollar el proyecto.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Establecer la ubicación del proyecto
- Esclarecer los aspectos demográficos
- Esclarecer los aspectos culturales del cantón

- Esclarecer el aspecto socioeconómico

1.4. Variables Diagnósticas

Se ha determinado que para la realización del presente estudio en esta localidad es necesario considerar algunas variables como:

- Ubicación del proyecto
- Aspectos demográficos
- Aspectos culturales del cantón
- Aspecto socioeconómico

1.5. Indicadores

Para las variables seleccionadas anteriormente, se han establecido los siguientes indicadores que permitirán conocer de mejor manera la zona objeto de estudio:

Tabla 1. Variables e Indicadores

Variable	Indicadores
Ubicación territorial	Ubicación
	Extensión
	Limites
Aspecto demográfico	Población y tasa de crecimiento
	Distribución de la población por género
Aspecto cultural de la población	Costumbres
	Tradiciones
Aspecto socioeconómico	Porcentaje PEA,
	Principales actividades económicas
Afluencia Turística	País de Origen
	Cantidad de Turistas Nacionales y Extranjeros
	Preferencias de Artesanías

*Fuente: Investigación Directa
Elaborado por el Autor (2018)*

1.6. Matriz de Relación Diagnóstica

Tabla 2. Matriz de Relación Diagnostica

Objetivo General	Objetivo Especifico	Variables	Indicadores	Técnica	Fuente de Información
Perpetrar un análisis del entorno externo e interno del Cantón Otavalo, por medio de la utilización de instrumentos de investigación pertinentes, para definir el medio donde se va a desarrollar el proyecto.	Establecer la ubicación del proyecto	Ubicación territorial	Ubicación Extensión, Limites	Investigación Bibliográfica	Secundaria Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial INEC
	Esclarecer los aspectos demográficos	Aspectos demográficos	Población y tasa de crecimiento Distribución de la población por género.	Investigación Bibliográfica	Secundaria Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial INEC
	Esclarecer los aspectos culturales del cantón	Aspectos culturales del cantón	Tradiciones Costumbres	Investigación Bibliográfica	Secundaria Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial INEC
	Esclarecer el aspecto socioeconómico	Aspecto socioeconómico	Porcentaje PEA, Principales actividades económicas	Investigación Bibliográfica	Secundaria Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial INEC
	Afluencia Turística	Aspecto Sociocultural	Tasa de Crecimiento Poblacional de Extranjeros Otavalo Número de Turistas Extranjeros que visitan el Cantón Otavalo	Investigación Linkografía	Ministerio de Turismo Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial INEC

Elaborado por el Autor (2018)

1.7. Análisis de las Variables Diagnósticas

1.7.1. Ubicación

Otavaló está localizado a 110 kilómetros de la capital de Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, con una altura de 2565 msnm. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavaló, 2015).

1.7.2. Extensión

Según lo establecido por el Gobierno Municipal de Otavaló (GADO). Otavaló tiene 490,225 km² de extensión.

1.7.3. Límites

Tabla 3. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015

Norte	Sur	Este	Oeste
Cotacachi	Pedro Moncayo	Ibarra	Cotacachi
	Distrito		
Antonio Ante	metropolitano de	Cayambe	
	Quito		
Ibarra			

Elaborado por: El autor (2018)

1.7.4. Población

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010, la población del cantón Otavaló es de 108.915 habitantes, comprendidos en un 51,9% de mujeres y un 48,10% de hombres.

Esta población ha obtenido un crecimiento considerable del 1,48%.

La zona urbana representa un 37,55% y la zona rural está en un 62,48% estableciéndose la población indígena es la mayor.

1.7.5. Población Económicamente Activa (PEA)

Según Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Otavaló la Población Económicamente Activa PEA de Imbabura es de 42,37% y para cantón Otavaló se ubica en un 25,2%.

La PEA del cantón Otavalo, se encuentra con variedad de actividades, desarrolladas en variadas partes de la urbe. La actividad de manufactura asciende a 20,65 la agrícola y ganadera posee un incremento de 3,86% la enseñanza 20,88 y construcción 43,03%.

1.7.6. Tradiciones y Costumbres

Los extranjeros cada vez que visitan nuestro país, tienen por costumbre conocer los diferentes lugares turísticos y las artesanías que se encuentra, por lo tanto, las personas extranjeras por lo general tienen una cultura y costumbres de compra al adquirir accesorios de descendientes del País.

1.7.7. Empleo y desempleo

Se establece en el INEC que la tasa de desempleo ha sido balanceada este 2011, para mediados del mismo año esta tasa aumenta al 4,8%, al final del año se registraron condiciones más favorables puesto que tasa de desempleo se bajó al 2,31%. Mientras tanto para el año 2012 la tasa de desempleo registró un aumento con respecto al 2011 y experimenta declives en la mitad del año de 3,42% y para finales del mismo año la tasa se ubicó en 3,32%.

Estos indicadores permiten de la población Otavaleña, se utilizan buscando establecer si los habitantes tienen un trabajo o no en los últimos años.

1.7.8. Red vial

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015, el cantón Otavalo, tiende a llevar una experimentación importante en los avances de más inversiones para la ampliación, apertura, adoquinados de la red vial. Se señala que el mejoramiento de las vías en la ciudad de Otavalo presenta un desarrollo sostenido en los últimos años, facilitando el acceso a automóviles particulares y públicos.

1.7.9. Actividades Económicas

El cantón Otavalo va desarrollando diversas actividades económicas muy variadas, la que tiene mayor impacto y es visible es el turismo y comercialización de artesanías confecciones tradicionales del cantón, que son de gran aceptación por los turistas.

1.7.9.1.Comercial

El plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial dice que la actividad comercial del cantón es la más representativa donde se realizan procesos de comercialización en distintos lugares de la ciudad, la mayoría de la ciudadanía se ha convertido en intermediarios quienes se están encargando de la distribución y ganancias de la misma actividad, dinamizando la actividad de aquellos pequeños productores denominados artesanales o agrícolas, los comerciantes usualmente se encuentran en distintos lugares de venta uno de ellos la Plaza de ponchos, mercado 24 de mayo, entre otros, la plaza de ponchos dedicado a la venta de artesanías actividad que lleva ahí mucho tiempo (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2015).

1.7.9.2.Artesanal

La producción artesanal es efectuada por las familias de los diferentes hogares como un medio de subsistencia, esta actividad es desarrollada dependiendo de las temporadas del año, es decir, hay fecha en donde se incrementan las ventas y otros disminuye considerablemente, entre los principales productos artesanales están: esteras, ponchos, manillas, collares, artesanías en plata, entre otros, estos son realizados con un limitado presupuesto de inversión (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2015).

Según, el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Otavalo 2015, la producción artesanal está conformada de la manera siguiente:

Ciudad de Otavalo 21%, Peguche 31%, Agato 13%, Carabuela 9%, Ilumán 8%, Agualongo 7%. Las artesanías más elaboradas son los tejidos a mano como: manillas, chales y bordados. Pero en los últimos tiempos esta actividad ha experimentado una disminución en las ventas, debido a la situación económica por la que travesía el país. Esto ha obligado que a muchos de los habitantes busquen nuevas alternativas de empleo, como en la construcción.

1.8.Elaboración de la Matriz AOOD

Tabla 4. Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
Alto índice de Turistas en el cantón	Limitada cultura local de adquisición de artesanías
La ciudad se encuentra llena de cultura y tradición	Antiguos y nuevos negocios dedicados a esta actividad
La ciudad es conocida internacionalmente como un punto estratégico de comercio	Costos de adquisición de un local en este sector
Cuenta con una asociación que promueve los emprendimientos	No aceptación de nuevos productos en este sector
OPORTUNIDADES	RIESGOS
Inexistencia de diversidad de productos nacionales en la zona	Inestabilidad en la economía del turismo generada por los factores económicos del País.
Crecimiento de Extranjeros, turismo en el cantón Otavalo	Riesgo social país
Un lugar donde se pueda observar más artesanías ecuatorianas.	Aumento del costo del transporte de la mercadería.

Elaborado por el Autor (2018)

1.9.Cruce Estratégico de Aliados, Riesgos, Oponentes y Oportunidades

1.9.1. Aliados – Oportunidades

El alto índice de turista, hospedados en el sector, quienes pueden también ser comerciantes que buscan este tipo de productos para exportar a otros continentes que gustan de este tipo de productos, al no existir la venta de sombreros de paja toquilla se puede aprovechar este mercado.

1.9.2. Aliados – Oponentes

La ciudad se encuentra entre una de las más tradicionales, y culturales de la región, siendo así reconocida internacionalmente, lo que ayudaría a concientizar a nuestros jóvenes a sentirse orgullosos de las artesanías producidas con tradiciones ancestrales.

1.9.3. Aliados – Riesgos

Al encontrarse en un punto estratégico de comercio y turismo hará que el valor que representa la compra y transado de sombreros de paja toquilla desde Manabí, será recompensado con el alto valor de la ubicación y comercio en Otavalo, para darle el valor que corresponde a este producto.

1.9.4. Oponentes – Oportunidades

Crecimiento del número de visitantes en el sector, donde se ofertan otros tipos de sombreros como son de telas, colores y modelos, que permite que se tenga un espacio para la colocación de nuevos productos tradicionales.

1.9.5. Oportunidades – Riesgos

Un lugar donde se presente artículos ecuatorianos, artesanías llamativas y el coste de implementar un local con sombreros de paja toquilla sea necesario para la oferta en este sector lo tradicional de Manabí.

1.10. Identificación de la Oportunidad Inversión

El proyecto “Creación e implementación de una pequeña empresa para la comercialización de sombreros de paja toquilla en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura”, es totalmente aceptable desarrollarlo en esta localidad, por lo que cuenta con altos índices de aceptación de artesanías ecuatorianas, contando con la tradicional Plaza de Ponchos.

Conclusiones:

En el capítulo I, que se trata del diagnóstico situacional permite reconocer el entorno en el cual se va a realizar el emprendimiento, por lo tanto, se concluyó que en el cantón de Otavalo es un lugar de alta afluencia turística que es visitado constantemente por turistas nacionales y extranjeros por lo que se considera que es el sitio óptimo para la creación de la pequeña empresa comercializadora de sombreros de paja toquilla.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1.Introducción

Se lleva a cabo un estudio concordando posterior con un análisis para aquellos conceptos que son indispensables para el desarrollo del proyecto. Con pertinentes términos en el área administrativa, financiera, económica y contable, indispensables para en el presente proyecto.

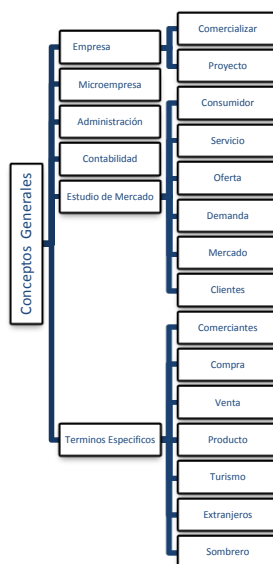
2.2. Objetivo General

Esclarecer las bases teóricas-científicas, por medio de la investigación documental, con el objetivo sustentar de manera con concordancia el proyecto.

2.3.Definición de los términos

Se detallan los conceptos generales del proyecto, por medio de un mapa conceptual especificando significados de cada uno de ellos se va a utilizar:

Gráfico 1 Definición de términos



*Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El autor (2018)*

2.3.1. Proyecto

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como puede ser: educación, alimentación, salud ambiente, cultura, etcétera” (Baca, 2013, pág. 2).

Un proyecto es aquel que busca una solución ante una necesidad estipulada en un sector, para una determinada colectividad, con el cual se busca dar satisfacción al mismo, a cambio ya sé si este sea con fines de lucro o sin fines de lucro.

2.3.1.1. Proyecto de Inversión

“El proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumo de varios tipos, producirá un bien o servicio, útil a la sociedad” (Baca, 2013, pág. 2).

Hacen referencia aquellas técnicas a ser asignadas ante un proyecto con la promesa o voluntad de invertir un cierto capital, en el proyecto que sea de productivo o prestador de un servicio que satisfaga las necesidades ya establecidas, buscando obtener utilidad del mismo.

2.3.2. Empresa

“Empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general” (Zapata, 2011, pág. 5).

Empresa es aquella organización encargada de buscar la satisfacción de necesidades de una colectividad, logrando una utilidad por la comercialización de un producto o Servicio.

2.3.3. Micro empresa

“Aquella que con una fuerza laboral no mayor de 20 trabajadores vende servicios o productos directamente al público. Entre ellas esta los restaurantes, las bodegas, los talleres, las panaderías, etc.” (Lexus, 2013, pág. 18).

La microempresa es aquella que por lo general se maneja con capital propio, y no tiene un número elevado de trabajadores.

2.3.4. Estudio de Mercado

“Con el nombre de estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca, 2013, pág. 5).

El estudio de mercado es aquel procedimiento que ayuda al empresario, inversionista inicial, o inversionista que busca expandir su negocio, que está transacción sea de manera que contenga un grado mayor de factibilidad de aceptación donde se lo vaya a implantar.

2.3.5. Mercado

“El mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar” (Vélez, 2013, pág. 85).

El mercado es aquel lugar físico donde se llevan a cabo intercambio, de bienes o servicios a cambio de un bien monetario.

2.3.6. Tamaño del mercado

“Se entiende como tamaño de mercado la diferencia valorizada entre oferentes y demandantes de un producto en un mercado determinado” (Arévalo, 2013, pág. 46).

Esta es la cantidad que se va estableciendo, conforme las necesidades demandadas es decir su volumen, la cantidad de personas y otros factores importantes.

2.3.7. Demanda

“La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción” (Vélez, 2013, pág. 86).

Demanda es aquella cantidad de bienes o servicios, que requiere una determinada sociedad en sí, para la satisfacción de sus necesidades

2.3.8. Oferta

“El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto” (Vélez, 2013, pág. 88).

Oferta es aquella cantidad ya sea de productos o servicios, que se da a presentar en una determinada sociedad.

2.3.9. Producto

“En términos simples, el producto, que puede ser un bien o servicio, es el resultado natural del proceso productivo” (Vélez, 2013, pág. 84).

Producto es el resultado de un sinnúmero de actividades simultaneas que interactúan entre si para entregar como resultado de las mismas actividades un bien tangible hacia la comunidad.

2.3.10. Servicio

“Son los productos intangibles, es decir aquellas actividades o acciones no se pueden tocar, oler, gustar, oír o ver, antes de ser comprados pero que si se pueden calificar una vez se utilizan” (Suárez, 2012, pág. 129).

Servicio es aquel producto intangible, que conlleva a una serie de actividades que hace se satisfaga una necesidad del adquirente del servicio, mediante algo intangible.

2.3.11. Precio

“El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto empresarial, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos” (Vélez, 2013, pág. 88).

Precio es aquel valor monetario, que se le coloca algún producto en particular o un servicio de ser el caso, por lo que en el mismo se encuentran valores como costo, gastos, para desarrollar el mismo y la respectiva utilidad esperada por cada unidad.

2.3.12. Promoción

“Son las actividades, diferentes a la venta personal y a la venta masiva (propaganda, publicidad), que estimulan las compras por parte del consumidor y las ventas por parte del distribuidor” (Vélez, 2013, pág. 92).

La promoción es el señalamiento explícito de aquellas cualidades que hace lucir al producto en sí, el realizar una adecuada promoción hará más atrayente la idea de adquirir este producto.

2.3.13. Publicidad

“La publicidad es una importante y poderosa herramienta de promoción. En esta herramienta se hace uso de diferentes medios de comunicación pagados por una compañía, para informar, recordar o avisar a los consumidores sobre un producto o compañía con el objeto de estimular la compra del mismo” (Suárez, 2012, pág. 207).

Publicidad es el medio por el cual se hace referencia de manera masiva la presencia del producto en el mercado, donde se da a conocer que se comercializa, donde se comercializa, números de contacto, y en algunos casos los beneficios y privilegios de adquirir este producto.

2.3.14. Comercialización

“La comercialización es el conjunto de actividades que los oferentes realizan para lograr la venta de sus productos; por tanto, el análisis de la oferta y la demanda deberá ser complementado con el estudio de los diversos elementos de la comercialización” (Arévalo, 2013, págs. 47-48).

Por medio de la comercialización, se pone en práctica| estrategias que ayuden a la distribución inteligente del producto en sí, logrando abarcar la mayor cantidad de plazas.

2.3.15. Distribución o plaza

“También se le conoce como plaza y corresponde a otra variable del marketing mixto junto con las y vistas, producto y precio. Hace referencia a todas aquellas actividades que desarrolla la empresa para colocar el producto al mercado objetivo” (Suárez, 2012, pág. 189).

Dentro de la distribución se hace referencia a la intención de hacer llegar la marca, producto, a diferentes zonas, o por su defecto a la zona establecida por la dirección de la empresa.

2.3.16. Canales de distribución

“Los canales de distribución están integrados por personas y empresas implicadas en el proceso y que posibilitan el traslado del producto desde la producción hasta el consumo” (Suárez, 2012, pág. 190).

Se conoce como canales de distribución aquellas líneas a ser seguidas por los responsables de la distribución del producto en sí, donde se lo hará de manera estratégica y coherente.

2.3.17. Tamaño del proyecto

“En general, el tamaño de un proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación, considerado normal para las condiciones y tipos de proyectos en cuestión” (Arévalo, 2013, pág. 73).

Se define como tamaño del proyecto aquel tamaño de producción, o abastecimiento necesario para ser desarrollada, es así que se busca que este Tamayo vaya acorde a los estudios pertinentes.

2.3.18. Localización del proyecto

“El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción que, cubriendo las exigencias o requerimiento del proyecto, construye a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el período productivo del proyecto” (Arévalo, 2013, pág. 64).

Dentro de un estudio para la implantación de un proyecto toca tomar en cuenta la localización de este, siendo esta acorde a las necesidades y que ayude al óptimo funcionamiento de este, visualizando de manera clara el por qué si, y por qué no en algún determinado sitio.

2.3.19. Estudio financiero

“Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional” (Meza, 2012, pág. 25).

Un estudio financiero es necesario para determinar si el proyecto a ser implantado nos brindara una rentabilidad esperada, utilidad atractiva para los inversionistas.

2.3.20. Contabilidad

Técnica para registrar las operaciones que afectan económicamente a una entidad y que produce sistemática y estructuradamente información financiera (Padilla, 2013, pág. 9)

Contabilidad es una herramienta fundamental he indispensable en una organización con o sin fines de lucro, logrando obtener resultados que faciliten la toma de decisiones.

2.3.21. Estados financieros

“Los estados financieros son reportes que se elaboran al finalizar un período contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad” (Zapata, 2011, pág. 69).

El estado financiero es una estructura que señala términos y conceptos valorados resultado del acumulativo de normativas, que ayudan a la toma de decisiones por parte de la directiva.

2.3.22. Estado de situación financiera

“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado” (Zapata, 2011, pág. 63).

Este estado es aquel que llega abarcar todas las cuentas encargadas de dar resultados de la situación económica de una determinada institución, haciendo que se tomen medidas correctivas a tiempo, para mejorar el rendimiento, o incluyo la inyección de más capital al mismo.

2.3.23. Estado de resultados

“El Estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida; resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un período determinado” (Zapata, 2011, pág. 62).

Los ingresos o egresos están representados por el estado de resultados, pudiendo observar la manera con la cual se ha esclarecido las actividades de un determinado tiempo que se efectuaron.

2.3.24. Ingresos

“Los ingresos son definidos en la norma como incrementos de valor de los activos, o bien como disminuciones de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios de la empresa” (Holm & Chavéz, 2012, pág. 392).

Se denomina como ingresos aquellos valores correspondientes de la actividad misma de la empresa, producto del intercambio o bien decirlo de la entrega del producto resultante de las actividades de la empresa, compensado los gastos, costos, y la utilidad obtenida.

2.3.25. Gastos o egresos

“Denominados también Egresos, constituyen los desembolsos necesarios que se realizan para cumplir con los objetivos de la empresa tales como: sueldos, servicios básicos, suministros y materiales, etc.” (Bravo, 2013, pág. 6).

Son aquellos gastos necesarios, para lograr productos de calidad, logrando cumplir con los objetivos planteados por la organización de manera adecuada.

2.3.26. Presupuesto

“Son planes formales escritos en términos monetarios que determina la trayectoria cuantitativa y cualitativa futura de los diversos renglones operativos o administrativos del proyecto, como pueden ser las ventas, los costos de producción, los gastos de ventas y de administración, costos financieros y demás conceptos cuantificables derivados del proyecto” (Arévalo, 2013, pág. 101).

Se denomina como presupuesto aquel valor evaluado antes de que se lleva acabo las actividades diarias, o de un determinado periodo, con el fin de estar preparados para afrontar los gastos, costos, que se requieran.

2.3.27. Punto de Equilibrio Contable

“El punto de equilibrio se define como aquel punto o nivel de ventas en el cual los ingresos totales son iguales a los costos totales y, por lo tanto, no se genera ni utilidad ni perdida contable en la operación” (Meza, 2012, pág. 123).

El encontrar el punto de equilibrio ayuda a la visualización en la planta de producción o comercialización de las unidades a ser producidas o vendidas para lograr acaparar los gastos y costos, donde se puede decir que ni se gana ni se pierde.

2.3.28. Valor Actual Neto (VAN)

“Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto, ingresos menos egresos, considerando la inversión como un egreso a una tasa de descuento determinada previamente” (Arévalo, 2013, pág. 137).

VAN es el valor el cual si resultase positivo se debe llevar acabo con el proyecto, ya que se obtendrá ganancias del mismo, de ser implantado, caso contrario sucede si este valor o este cálculo resultase negativo, se debe considerar la implantación del nuevo negocio.

2.3.29. Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio” (Araujo Arévalo, 2013, pág. 136).

El indicador financiero TIR establece la tasa de rentabilidad que representara durante la vida útil del proyecto, cuando el valor del VAN sea igual a cero.

2.3.30. Organización

“En específico, la organización incluye determinar en qué forma agruparán las actividades y lo recursos” (Griffin, 2011, pág. 8).

Una organización es fundamental para logara objetivos comunes, y resultados eficaces y eficientes.

2.3.31. Impactos

“Un impacto es el resultado de los efectos de un proyecto empresarial. En la evaluación económica interesan los impactos que reflejan la contribución del proyecto al bienestar socio-económico. Se identifican los cambios que el proyecto ocasiona sobre los elementos que proporcionan bienestar: el consumo actual y futuro de bienes, servicios y bienes meritorios” (Arévalo, 2013, pág. 398).

Los impactos son aquellos que son resultado de una actividad en particular, que conlleva efectos ya sean positivos o negativos, lo que tienden a tener gran valor a la hora de continuar con la instalación de una nueva línea de negocio que de una u otra forma afecte en la zona de su implantación.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

Se llegará a adquirir información útil para la determinación de la oferta, la demanda que existe, buscando el obtener resultados de una demanda potencial insatisfecha.

Buscaremos demostrar la viabilidad del proyecto para la implementación de una pequeña empresa encargada de la comercialización de sombreros de paja toquilla.

3.2. Objetivo General

Establecer un estudio de mercado, con la utilización de herramientas que permita el conocer: la oferta, la demanda, otras variables que son base fundamental en el mercado el determinar la demanda insatisfecha.

3.3. Objetivos Específicos

- Determinar el tipo de productos que busca el cliente.
- Realizar un análisis de la oferta de los productos ya establecidos
- Esclarecer la demanda potencial de los sombreros de paja toquilla
- Valorar los precios actuales de comercialización de los sombreros de paja toquilla en la zona.
- Evaluar los medios publicitarios utilizados en la actualidad por la competencia.
- Esclarecer las estrategias de promociones que se ofrecen en la actualidad para la comercialización de sombreros.

3.4. Variables e Indicadores del Estudio del Mercado

Tabla 5. Variables e Indicadores del Estudio del Mercado

Variable	Indicadores
Demanda	Frecuencia de compra de sombreros Mercado Meta Demanda de Turistas
Oferta	Análisis de competencia Productos Sustitutivos
Producto	Calidad del producto Variedad del producto Gustos y preferencias de los clientes
Precio	% de ganancia para fijación de precios Precios de la competencia Formas de establecimiento de precio al publico
Publicidad y Promoción	Estrategias de publicidad y promoción Medios de Comunicación Promociones Descuentos
Servicio	Estrategias de comercializaciones

*Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: El Autor (2018)*

3.5. Matriz de variable del estudio de mercado

Tabla 6. Matriz de variable del estudio de mercado

Objetivo General	Objetivo Especifico	Variables	Indicadores	Instrumentos	TIPO	Fuente de Información
Establecer un estudio de mercado, con la utilización de herramientas que permita el conocer: la oferta, la demanda, otras variables que son base fundamental	Determinar la demanda potencial de los sombreros de paja toquilla	Demanda	Frecuencia de compra de sombreros Mercado Meta Demanda de Turistas	Encuesta Extranjeros Comerciantes	Primaria	Extranjeros Comerciantes
	Efectuar un análisis de la oferta de los productos ya establecidos	Oferta	Análisis de la competencia, Productos Sustitutivos	Entrevista Comerciantes	Primaria	Comerciantes
	Conocer el tipo de productos que busca el cliente.	Producto	Calidad del producto Gustos y preferencias de los clientes	Encuesta comerciante, extranjeros	Primaria	Consumidores y extranjeros
	Analizar los precios actuales de comercialización de los sombreros de paja toquilla en la zona.	Precio	Porcentaje de ganancia Estrategias del Mercado Local Formas de Canales de Distribución	Entrevista	Primaria	Comerciantes

en el mercado determinar la demanda insatisfecha.	Estudiar los medios Publicidad y Promoción	Estrategias de Encuesta y promoción Medios de Comunicación Promociones Descuentos	Primaria	Consumidores
	Analizar las estrategias de promociones que se ofrecen en la actualidad para la comercialización de sombreros.	Servicio Atención al Cliente Estrategias Publicitarias	Encuesta	Primaria Comerciantes

*Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: El autor (2018)*

3.6. Identificación del producto o servicio

Tabla 7 Productos y Servicios

Producto a comercializar		
Comercialización de artículos de vestimenta procedentes de Manabí, en la ciudad de Otavalo, Específicamente en la plaza de ponchos.	Sombrero de paja toquilla de 13 fibras	Para Dama, Caballero, Niño ya sea turista nacional o extranjero.
	Sombrero de paja toquilla de 15 fibras	Para Dama, Caballero, Niño ya sea turista nacional o extranjero.

*Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: el autor (2018)*

a. Características

Este nuevo negocio de comercializar Sombrero de Paja Toquilla, en la ciudad de Otavalo, específicamente en la plaza de ponchos, con la misma similitud de los negocios ya implantados donde la atención al cliente es la primordial, y el aglomerado de la zona por parte de turistas nacionales y extranjeros es uno de los más significativos de la provincia de Imbabura.

b. Ventajas

El proyecto está enfocado en la ventaja de incorporar un producto tradicional del Ecuador, hecho a mano por artesanos manabitas, los cuales han demostrado una trayectoria y aceptación reconocida nivel nacional e internacional, con una demanda considerable por el público extranjero, es ahí donde se busca sacar ventaja y ofrecer un producto que esté relacionado con el comercio de Otavalo, como el sombrero en el Ecuador, del que gustan en gran medida su adquisición y uso.

Como se conoce, Otavalo es uno de los más grandes referentes en el área turística haciendo que esté se vuelva un punto estratégico para incorporar nuevas líneas de negocios, donde se ha de conocer al público recurrente de esta localidad y las diferentes artesanías que está ofrece.

c. Identificación de la población y cálculo de la muestra

Se llevará a cabo con la investigación tomando en cuenta la población aproximada anual de visitas a la plaza de ponchos reconocida internacionalmente, al no existir un valor exacto, se ha tomado en cuenta un promedio, logrando así una muestra razonable.

Se realizó una investigación directa en uno de los hoteles turísticos, con mayor demanda de hospedaje, contratación de guías, traductores, entre otros, servicios en Otavalo.

3.6.1 Determinación del tamaño de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra se tomó en cuenta la Población de Extranjeros que ingresaron en el periodo 2016-2017, como se detalla en la segmentación del mercado, para determinar el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente formula. En donde:

Tabla 8. Tamaño de Muestra

Datos:	Simbología
Tamaño de la Muestra:	N=?
Población o Universo:	N = 326.289 Habitantes
Desviación :	$\delta = 0.25$
Nivel de Error:	E= 5% = 0,05
Nivel de confianza de la Investigación al 95%:	Z = 1.96

$$n = \frac{N \delta Z^2}{(N - 1)e^2 + \delta Z^2}$$

$$n = \frac{(326.289) (0,25) (1,96)^2}{(326.289 - 1) (0,05)^2 + (0,25) (1,96)^2}$$

$$n = \frac{(326.289) (0,25) (3,92)}{(326.289)(0,1) + (0,25) (3,92)}$$

$$n = \frac{313.367,96}{816,68}$$

$$n = 384$$

Número de encuestas a aplicarse: 384 encuestas

3.7. Segmento de mercado

Con los datos de la población extranjera que según: El Ministerio de Turismo en su publicación del boletín de Indicadores Turísticos de Octubre del 2017, el acumulado de enero a octubre de llegadas de extranjeros es de 1'305.157, de los cuales el 25 % visitan Otavalo.

3.7.1. Variables de segmentación

3.7.1.1. Procedencia

La procedencia de los consumidores contribuye un pilar importante a la hora de la adquisición de artesanías de la cultura latinoamericana.

3.7.1.2. Edad

La edad tiene una representación valorada dentro de las variables de segmentación por la cuestión de la utilización de artesanías ecuatorianas.

3.7.1.3. Mercado meta

Son los turistas ya sea nacionales o extranjeros que visitan el sector, la ciudad de Otavalo y en especial la tradicional, Plaza de Ponchos.

3.7.1.4. Técnicas de investigación

Se ha utilizado técnicas como encuestas a los visitantes de la ciudad de Otavalo, Entrevistas a los comerciantes de la tradicional Plaza de Ponchos, que se dedican a la comercialización de productos similares al que se quiere incorporar al sector.

3.7.2. Información Primaria

3.7.2.1. Encuesta

Se realizó la respectiva encuesta en la Plaza de Ponchos a las personas que la han visitado por lo menos una vez, turistas nacionales y extranjeros, llegando a determinar la necesidad de implantar una nueva línea de comercialización de sombreros de paja toquilla.

3.7.2.1. Entrevista

La entrevista fue necesaria para lograr obtener información de algunos de los negocios pertenecientes a la plaza de ponchos, pudiendo por este medio conocer aspectos necesarios para el proyecto a ejecutarse.

3.7.3. Información secundaria

Se obtuvo datos de los meses con mayor afluencia en el sector, por parte de la secretaria de turismo.

3.8. Tabulación y análisis de la encuesta

Encuesta dirigida a los turistas visitantes de la ciudad de Otavalo.

1. ¿Origen?

Extranjero () Nacional ()

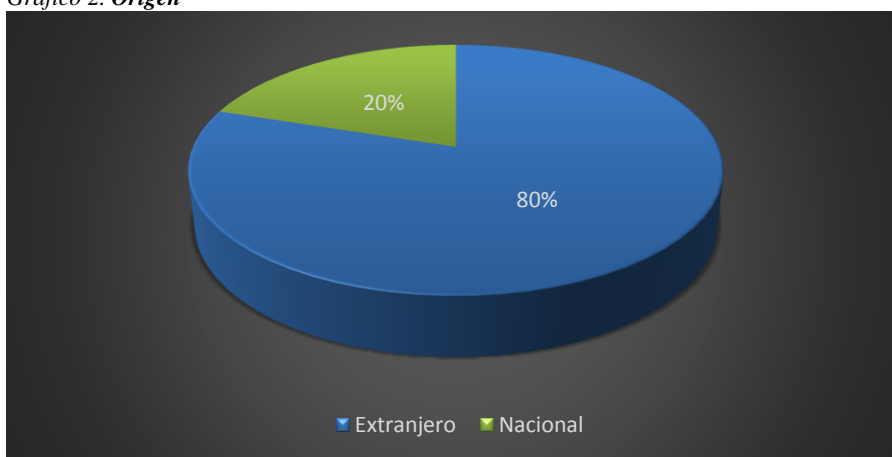
Tabla 9. Origen del encuestado

Concepto	Cantidad	%
Extranjero	307	80%
Nacional	77	20%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: el Autor (2018)

Gráfico 2. Origen



Fuente: Encuesta

Elaborado por: el Autor (2018)

Análisis:

Se logró obtener un resultado no acorde a la realidad por varios factores, como es la desconfianza por parte de extranjeros al ser encuestados, lo cual dificultó la obtención de información en ese sector, lo contrario ocurrió con los turistas nacionales quienes sí pudieron dar contestación a las encuestas.

2. ¿Genero?

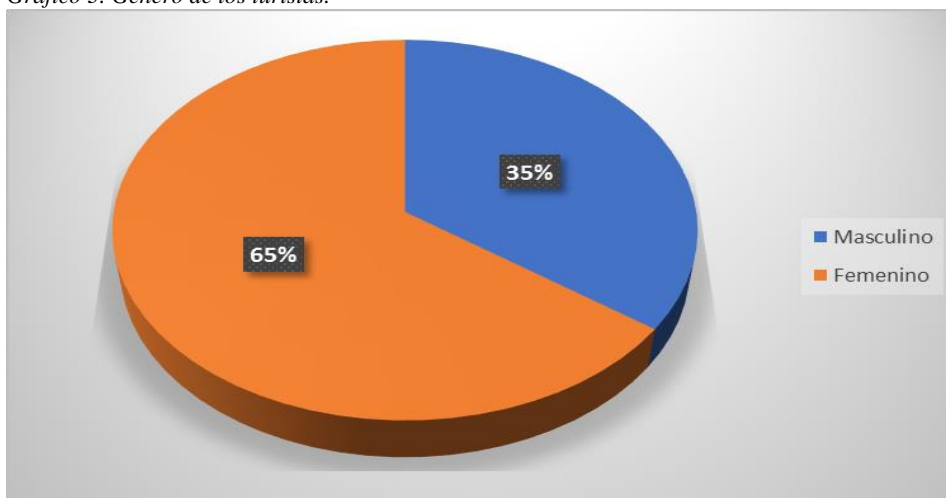
Tabla 10. Genero de los turistas

Concepto	Cantidad	%
Masculino	134	35%
Femenino	250	65%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2018)

Gráfico 3. Genero de los turistas.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: el Autor (2018)

ANÁLISIS

La mayoría de los que nos facilitaron la entrevista son mujeres, quienes por lo menos han estado una o más de una vez en la plaza de ponchos, lo que recalca que se debe dar mayor énfasis a este sector en cuanto al uso de sombreros de paja toquilla.

3. ¿Edad?

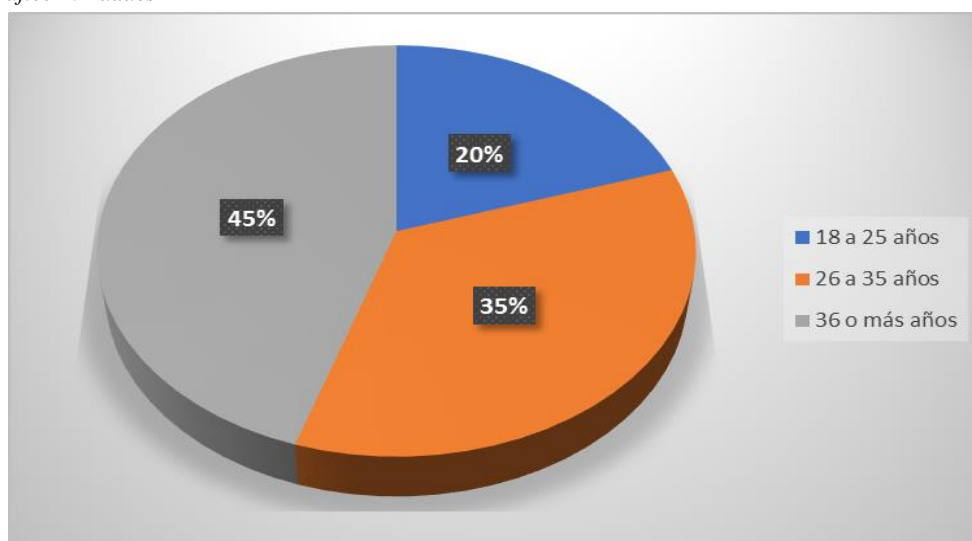
Tabla 11. Edad de los turistas en la ciudad de Otavalo.

Concepto	Cantidad	%
De 18 a 25	268	70%
De 26 a 35	57	10%
De 36 a más años	59	20%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2018)

Gráfico 4. Edades



Fuente: Encuesta

Elaborado por: el Autor (2018)

ANÁLISIS

Se puede apreciar que en una mayor proporción las personas de 36 años o más son quienes visitan la tradicional plaza de ponchos, y han adquirido productos en la misma, esto hace que se demuestre que aquellos turistas que visitan esta localidad son quienes gustan de visitar el Ecuador.

4. ¿Usa sombrero de paja toquilla?

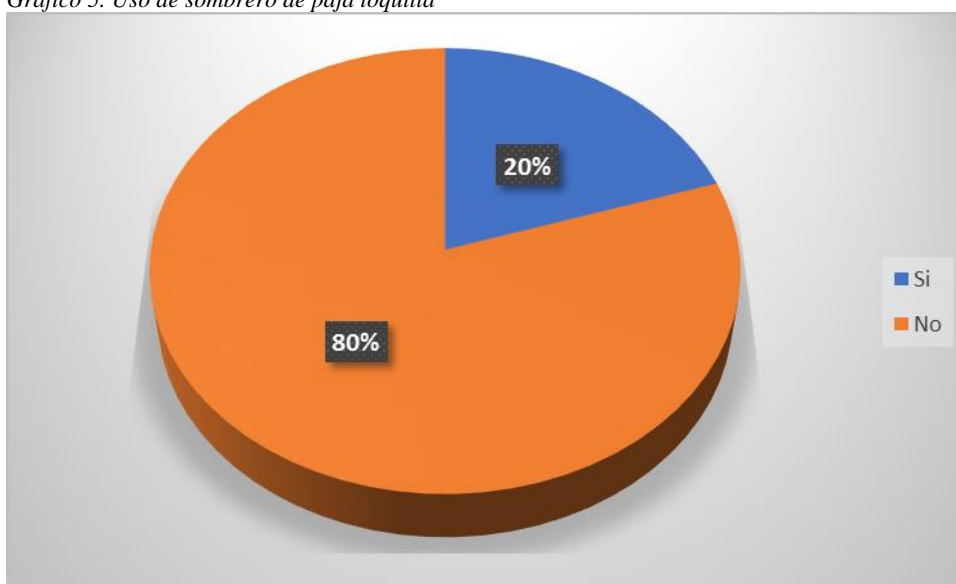
Tabla 12. Uso de sombrero de paja toquilla

Concepto	Cantidad	%
Si	77	20%
No	307	80%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2018)

Gráfico 5. Uso de sombrero de paja toquilla



Fuente: Encuesta

Elaborado por: el Autor (2018)

ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados señalan que no usan sombrero de paja toquilla, un porcentaje mínimo responde que, si lo ha usado, este dato puede deberse al hecho de que no es un artículo cultural local de la zona, objeto de estudio.

5. Si la respuesta a la pregunta anterior es: No ¿Diga por qué?

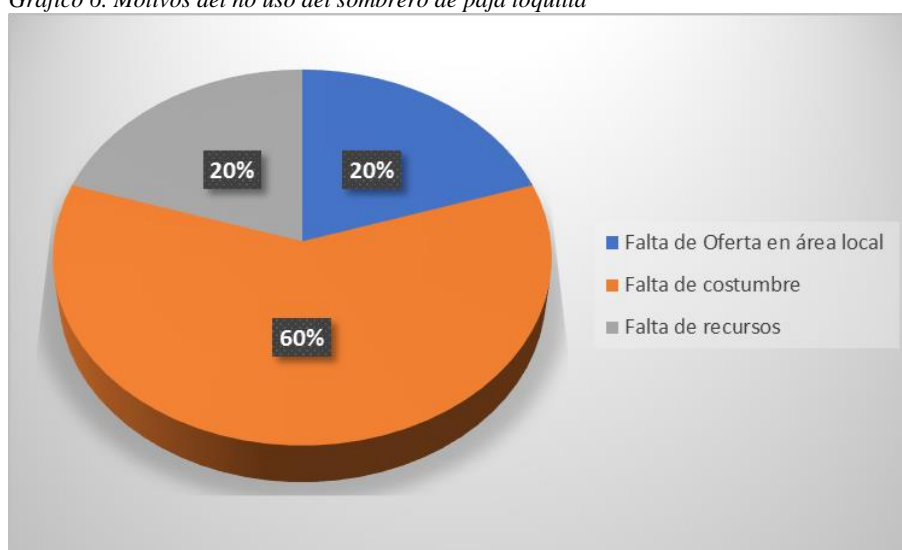
Tabla 13 Porque el no uso del sombrero de paja toquilla.

Concepto	Cantidad	%
Falta de oferta en el área	77	20%
Falta de costumbre	230	60%
Falta de recursos	77	20%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2018)

Gráfico 6. Motivos del no uso del sombrero de paja toquilla



Fuente: Encuesta

Elaborado por: el Autor (2018)

ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados, afirman que el motivo de no usar un sombrero de paja toquilla es por la falta de costumbre, por lo que se alinea a la intención del negocio a querer ser implantada en la plaza de ponchos.

6. ¿Con que frecuencia usa sombreros?

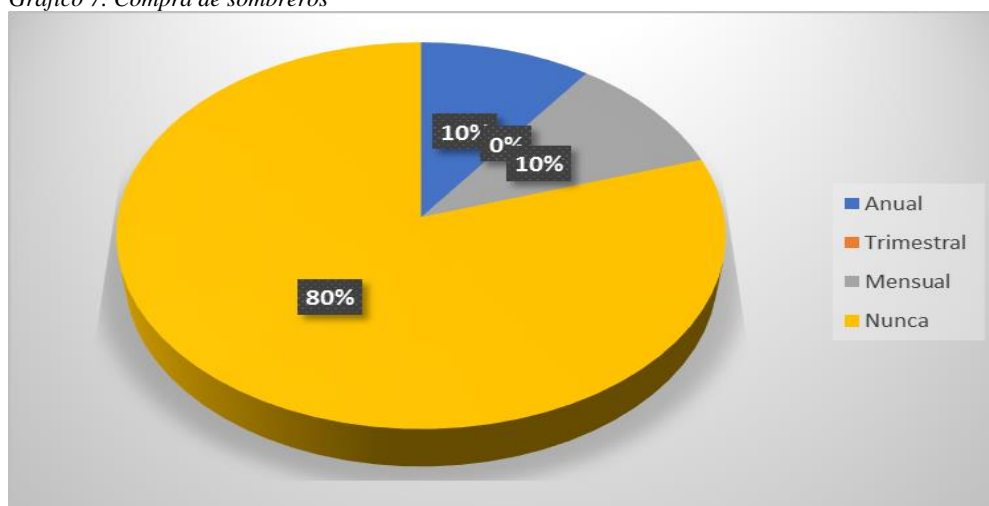
Tabla 14. Frecuencia del uso de sombreros

Concepto	Cantidad	%
Anual	38	10%
Trimestral	0	0%
Mensual	38	10%
Nunca	308	80%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2018)

Gráfico 7. Compra de sombreros



Fuente: Encuesta

Elaborado por: el Autor (2018)

ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados señalan, no tienen una frecuencia de compra de sombreros, que lo hacen ocasionalmente, ya sea por la falta de interés hacia estos, mala apreciación de las tradiciones ancestrales, de manos artesanas ecuatorianas, este es un punto primordial que se debe tomar en cuenta a la hora de querer implantar el emprendimiento de la venta de los mismos.

7. ¿Qué aspectos piensa son importantes al momento de adquirir sombreros de paja toquilla?

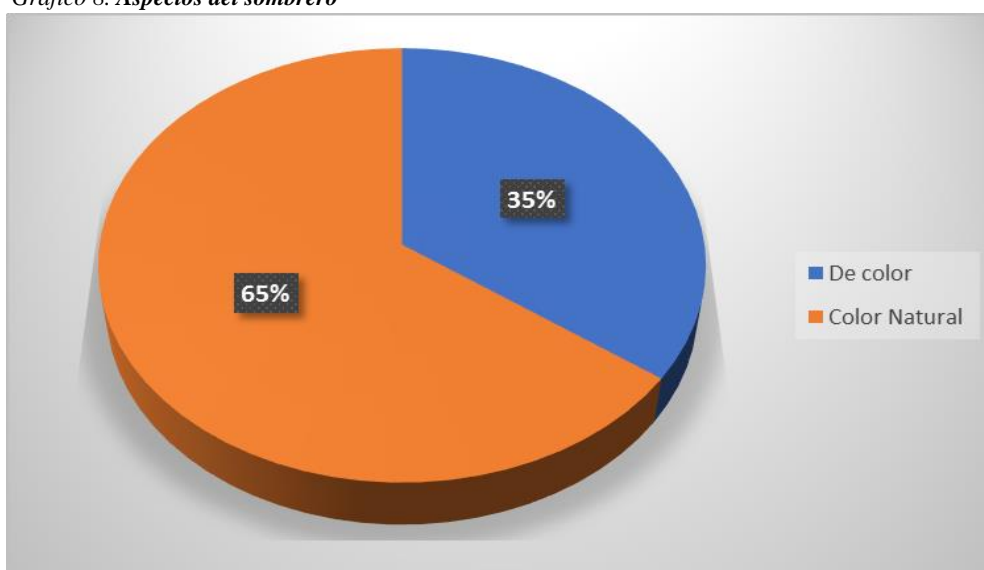
Tabla 15. Aspectos del sombrero de paja toquilla.

Concepto	Cantidad	%
De Color	134	35%
Color Natural	250	65%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2018)

Gráfico 8. Aspectos del sombrero



Fuente: Encuesta

Elaborado por: el Autor (2018)

ANÁLISIS

En su mayoría hacen referencia que el aspecto más importante a la hora de la adquisición de su sombrero de paja toquilla, prefieren el color natural, pero no hay que dejar pasar por alto la necesidad de tener variedad en el negocio a ser implantado.

8. ¿En qué lugar prefiere comprar un sombrero de Paja Toquilla?

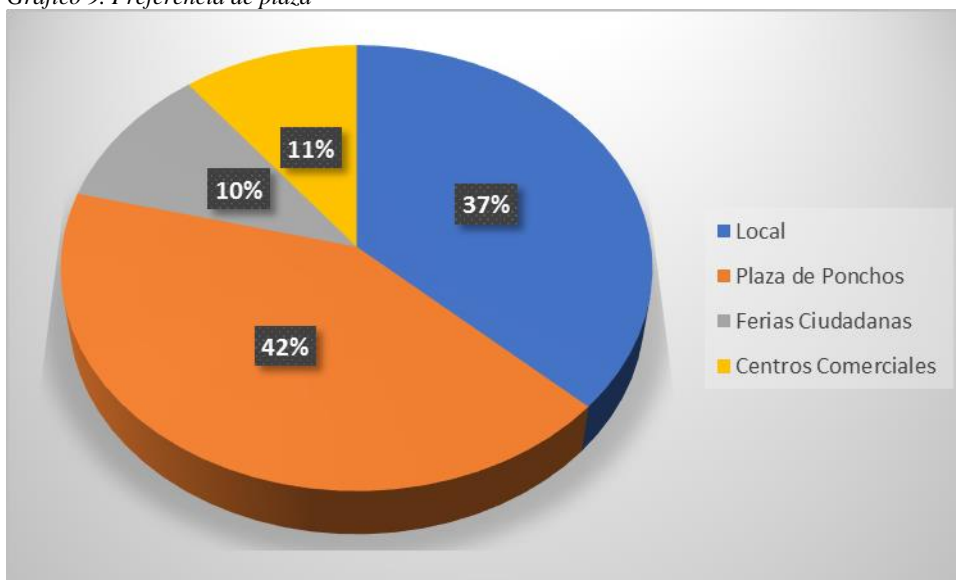
Tabla 16. Preferencia de plaza

Concepto	Cantidad	%
Local	134	35%
Plaza de ponchos	152	40%
Ferias Ciudadanas	49	10%
Centros Comerciales	49	10%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2018)

Gráfico 9. Preferencia de plaza



Fuente: Encuesta

Elaborado por: el Autor (2018)

ANÁLISIS

En un porcentaje mayor los encuestados afirman que preferirían adquirir los sombreros de paja toquilla en la plaza de ponchos, este valor se debe a que la encuesta se la realizó en este sector y sus alrededores, por lo que se tomará en cuenta como referencia también la segunda respuesta relevante que es en un Local.

9. ¿Le parece atractiva la venta de sombreros de paja toquilla en Otavalo?

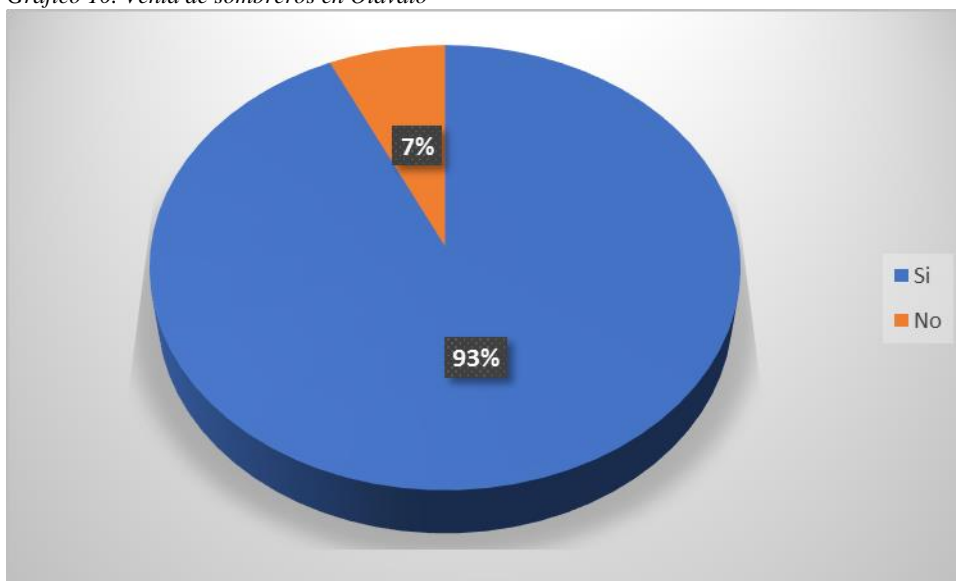
Tabla 17. Aceptación de la venta de paja toquilla

Concepto	Cantidad	%
Si	360	93%
No	24	7%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2018)

Gráfico 10. Venta de sombreros en Otavalo



Fuente: Encuesta

Elaborado por: el Autor (2018)

ANÁLISIS

En su mayoría los encuestados respondieron que si sería una idea buena el vender este tipo de artículos ya que da a conocer un producto de gran valor que representa a los artesanos manabitas, siendo accesible para el turista un sombrero de calidad y referencia internacional.

10. ¿Qué mecanismo de promoción prefiere?

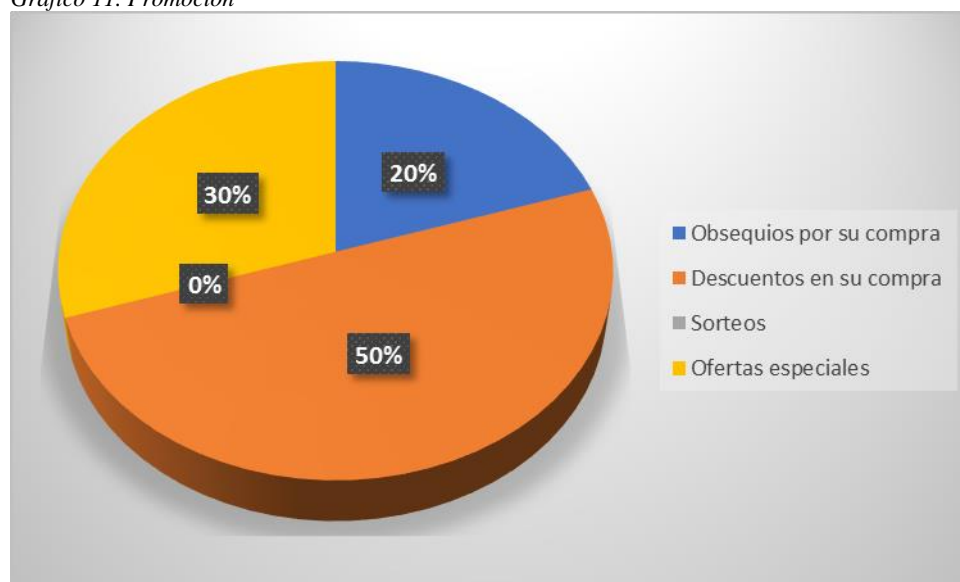
Tabla 18. Para los productores

Concepto	Cantidad	%
Obsequios por la compra de productos	76	20%
Descuentos en su compra	193	50%
Sorteos	0	0%
Ofertas especiales	116	30%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2018)

Gráfico 11. Promoción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: el Autor (2018)

ANÁLISIS

Como principales mecanismos de promoción, según los encuestados están: descuentos en su compra, oferta especiales como los empaques en fundas o cajas de pino, cabe mencionar que las promociones son para atraer al cliente y se realizarán especialmente en épocas festivas como el día de la madre, del padre navidad y fin de año.

11. ¿Por qué medios de publicidad desearía que se publiquen los productos?

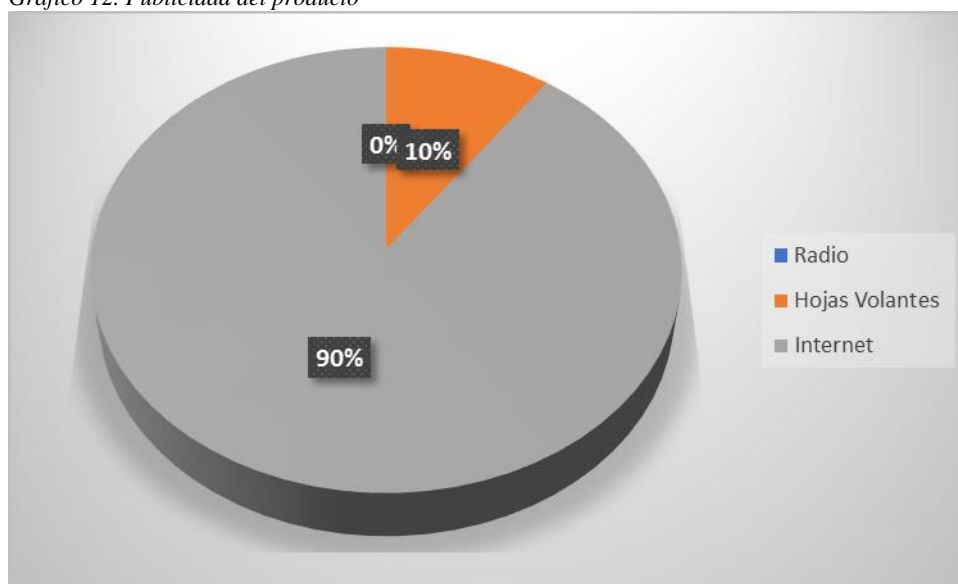
Tabla 19. Publicidad del producto

Concepto	Cantidad	%
Radio	0	0%
Hojas volantes	39	10%
Internet	345	90%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2018)

Gráfico 12. Publicidad del producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: el Autor (2018)

ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados señalan que prefieren el internet para ver la publicidad del producto, lo cual hace necesario el diseño de un sitio web para establecer catálogos de productos en línea y promocionar el sombrero de paja toquilla en Otavalo.

12. ¿Tipos de productos de preferencia?

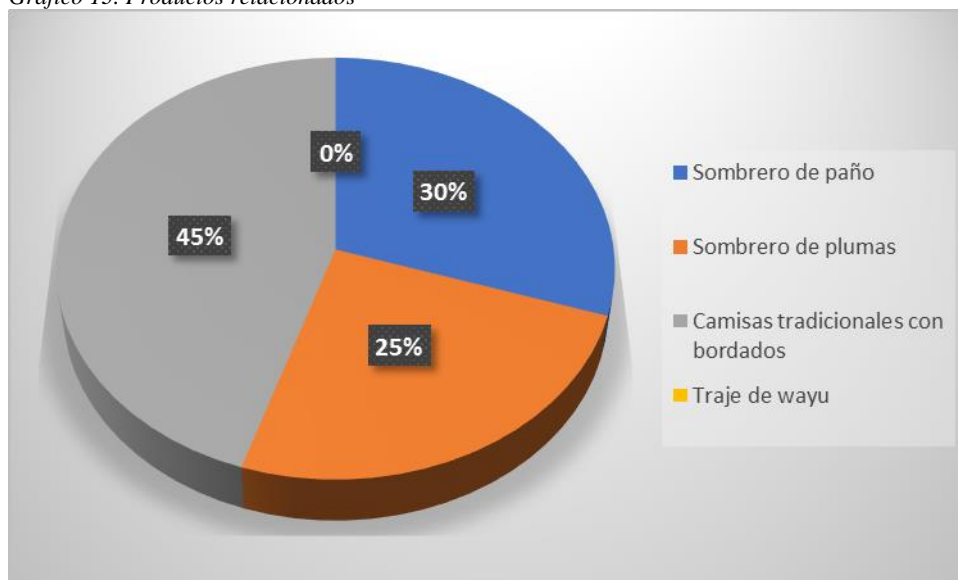
Tabla 20. Tipos de preferencia

Concepto	Cantidad	%
Sombrero de paño	116	30%
Sombrero de plumas	95	25%
Camisas tradicionales con bordados	173	45%
Traje de wayu	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2018)

Gráfico 13. Productos relacionados



Fuente: Encuesta

Elaborado por: el Autor (2018)

ANALISIS

La mayoría de los encuestados señalan que sería atractiva la idea de que se venda también las tradicionales camisas con bordados de Manta, la cual está llena de cultura y tradición, que hace referencia a la posibilidad de integrar a la venta de los sombreros de paja toquilla, este tipo de camisas.

3.9. Identificación de la demanda

Para establecer la demanda actual se realizaron las encuestas a turistas que visitan Otavalo, de lo que se obtuvo resultados importantes para la investigación.

3.9.1. Demanda actual

3.9.1.1. Demanda Consumidora

La población consumidora fue obtenida a partir del 25% de extranjeros que ingresan al cantón Otavalo cada año, de la cual se toma el 10% de habitantes extranjeros que ingresan de forma mensual a dicho Cantón.

Tabla 21. Demanda Consumidora

Descripción	Número de habitantes
Población extranjera que ingresa a Otavalo	326.289 Turistas al año
Población extranjera que ingresa a Otavalo	27.191 Turistas al mes
Población con intención de compra (10%)	2.719 Turistas al mes
Población con intención de compra	494 Turistas al mes
Sombrero de Paja Toquilla (18,17%)	

Fuente: Encuestas

Elaborado por el: Autor (2018)

3.9.1.2. Determinación de la demanda

Para obtener una acorde para el proyecto se utiliza la población consumidora el cual fue tomada del 10% de la población que ingresa al Cantón Otavalo de forma mensual, a esto se divide el valor para el número de días que tiene el año, descontando 72 días donde se descansa los días lunes.

Tabla 22. Determinación de la demanda Anual.

Detalle	Total
Mensual	494 Turistas
Demanda Anual	5.928 Turistas

Fuente: Encuestas

Elaborado por el: Autor (2018)

Dónde:

Tabla 23. Formula de la demanda proyectada

$D_p = D_o (1+i)^n$	
D_p=	Demanda Proyectada
D_p=	x
D_o=	Demanda actual
D_o=	6.528 Turistas Anual
(1+i) =	Tasa de Influencia de Extranjeros Otavalo
$i = 2,75\% = 0.0275 \longrightarrow$	1'305.157 EXTRANJEROS = 11% BOLENTN TURISTICO
n=años Proyección de la demanda $D_p = 5.928 (1+0,0275)^1 = 6.091$	

Fuente: Encuestas

Elaborado por el: Autor (2018)

Tabla 24. Demanda proyectada

AÑO	Demanda Proyectada
2018	5.928
2019	6.091
2020	6.259
2021	6.431
2022	6.607
2023	6.789

Fuente: Encuesta

Elaborado por el: Autor (2018)

3.10. Identificación de la oferta

La oferta se determinó gracias a la investigación realizada a los negocios similares, con el fin de determinar las características de sus ventas.

Por tal motivo se estuvo en el Cantón Otavalo donde se comercializan estos sombreros y se realizó entrevistas a los dueños de los establecimientos que venden esta prenda de vestir.

3.10.1. Oferta actual

Para lograr la determinación de la oferta se tomó en cuenta el número de locales que se encuentran en esta localidad, y el porcentaje de turistas que adquieren los sombreros mensualmente y anualmente.

Tabla 25. Determinación de la oferta en la Ciudad de Otavalo

Comerciantes Otavalo	%	Mensuales	Anual
Sra. Luisa Remache	25%	90	1.080
Sra. Tania Maiwa	25%	90	1.080
Sr. German Yamberla	50%	170	2.040
Total, Unidades Vendidas Anual.	100%		4.200

Fuente: Competencia

Elaborado por el: Autor (2018)

3.10.2. Proyección de la oferta.

Tomando como base a la oferta actual obtenida y la utilización de la tasa de crecimiento de influencia de turistas 2,75%, se determinó la oferta proyectada.

Dónde:

Op= Oferta Proyectada

$$Op = Oo (1+i)$$

Oo= Oferta actual

(1+i) = Tasa de Influencia de Extranjeros Otavalo

N= años

$Op = 4.200 (1+0,0275)^1 = 4.316$ valor representa el primer año del proyecto

Tabla 26. Proyección de la oferta

AÑOS	AÑOS PROYECTADOS
2018	4.200
2019	4.316
2020	4.434
2021	4.556
2022	4.681
2023	4.810

Fuente: competencia

Elaborado por el: Autor (2018)

3.11. Balance oferta-demanda

Con la utilización de la demanda y oferta se logra el obtener la existencia de un mercado admisible para la realización del proyecto, el análisis de esos factores permite determinar la demanda por satisfacer, como se muestra en el grafico siguiente.

Tabla 27. Balance oferta y demanda

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2018	5.928	4.200	1.728
2019	6.091	4.316	1.775
2020	6.259	4.434	1.825
2021	6.431	4.556	1.875
2022	6.607	4.681	1.926
2023	6.789	4.810	1.979

Fuente: Competencia

Elaborado por el: Autor (2018)

3.12. Demanda Potencial a Satisfacer

En el estudio de mercado al determinar la oferta y demanda de la venta de los Sombreros de Paja Toquilla que se expende en la ciudad de Otavalo se obtuvo la demanda insatisfecha del mismo, por ende, se pudo determinar que la demanda potencial a satisfacer es más que suficiente para llevar a cabo el proyecto, de este modo para determinar el tamaño de la empresa, se tomó el 10,55% de la demanda insatisfecha existente en el Cantón Otavalo del Primer año como se muestra a continuación:

Tabla 28. Demanda potencial a satisfacer

PRODUCTO	Sombrero de Paja Toquilla
UNIDADES	Unidades/Año
DEMANDA INSATISFECHA	1.728
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER MENSUAL	144

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por el: Autor (2018)

3.13. Precios

3.13.1. Análisis de Precio de la Competencia

Los precios de oferta de la competencia sirvieron para determinar el precio de venta al consumidor, los cuales se investigaron mediante entrevistas y observaciones de campo, a los principales comercializadores de Sombrero de Paja Toquilla en el Cantón Otavalo, como se detalla a continuación:

Tabla 29. Análisis de precio de la competencia

Producto	Sombrero de Paja Toquilla
Precio Alto	\$ 65,00
Precio Medio	\$ 50,00
Precio Bajo	\$ 25,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por el: Autor (2018)

El precio de la competencia para el tipo de sombrero, varía dependiendo del acabado del sombrero, debido a que los productores dependen de otras manos artesanales para dar el toque final del Sombrero.

3.13.2. Análisis de Precio de Venta

Los precios de venta se estipularon de acuerdo a dos aspectos principales como son:

- Presentación del Producto.
- Lugar de comercialización.

El precio de fábrica se determinó mediante los costos de materia prima, donde se incluye cierto valor agregado de acuerdo al tipo de proceso y mano de obra que este implique, a más del costo de transporte y otros gastos de ventas.

El precio de venta al consumidor se estimó tomando en cuenta los precios de oferta de los diferentes locales del Sombrero de paja toquilla de la Ciudad de Otavalo.

Tabla 30. Precio de ventas en la empresa

PRODUCTO	SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA
Presentación	13 Fibras
Precio de Fabrica	\$ 18,00
Precio de Venta al Público	\$ 30,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por el: Autor (2018)

3.13.3. Proyección de precios

Se cometerán las proyecciones en base a la tasa de inflación anual que es del 3,916%.
Establecida por el Banco Central del Ecuador

Proyección de Precio en la Presentación de Sombrero de Paja Toquilla

Dónde:

$$P_p = P_o (1+i)$$

P_p = Oferta Proyectada

P_o = Oferta actual

$(1+i)$ = Tasa de Inflación = 3,916%

N = años

$P_p = 30,00(1+0,03916)^1 = 31,17$ valor representa el primer año del proyecto

Tabla 31. Proyección de los precios.

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
<u>SOMBRERO</u>						
Precio	30,00	31,17	32,40	33,66	34,98	36,35

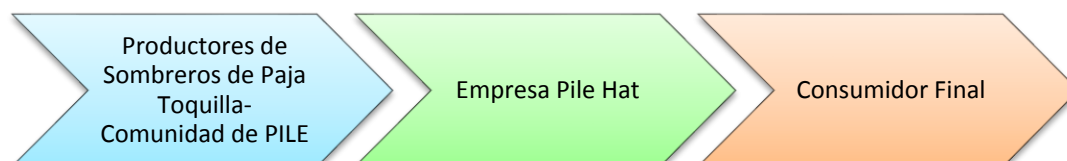
Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por el: Autor (2018)

3.14. Comercialización

Por medio de la investigación realizada se pudo conocer que los gustos y preferencias al momento de realizar la adquisición de los sombreros son los de color natural, aun así, no hay que dejar de lado el comercializar los de distintos colores.

3.14.1. Canales de Comercialización y Distribución



Productores: Los Sombreros de Paja Toquilla provenientes de los artesanos de la Comunidad de Pile, perteneciente al Cantón Montecristi de la Provincia de Manabí, será transportada desde la zona de elaboración hasta la Empresa Pile Hat, para poder comercializarse a un precio determinado por la textura del producto.

Empresa: Los sombreros de Paja Toquilla, adquiridos a los productores de la comunidad de Pile se almacenará en las instalaciones de la Empresa Pile Hat, para luego ser comercializada al consumidor final.

Consumidor Final: Serán adquirentes las personas del producto final en el punto de venta de la empresa, para satisfacer sus necesidades de consumo, cabe mencionar que la empresa trabajará mediante pedidos a clientes potenciales en el caso que lo requiera.

3.14.2. Políticas de Venta y Precios

Políticas de Ventas

En cuanto a las políticas de venta que establece la empresa se indica a continuación:

- Ganar mercado a través de la alta calidad y textura del producto.
- Ganar mercados que no estén en manos de la Competencia.
- Seleccionar personal técnico calificado (vendedor) y brindar capacitación constante.
- Estimular a los vendedores a superar o alcanzar determinadas cuotas de ventas.
- Atender a consumidores potenciales con mayor detalle bajo pedido.

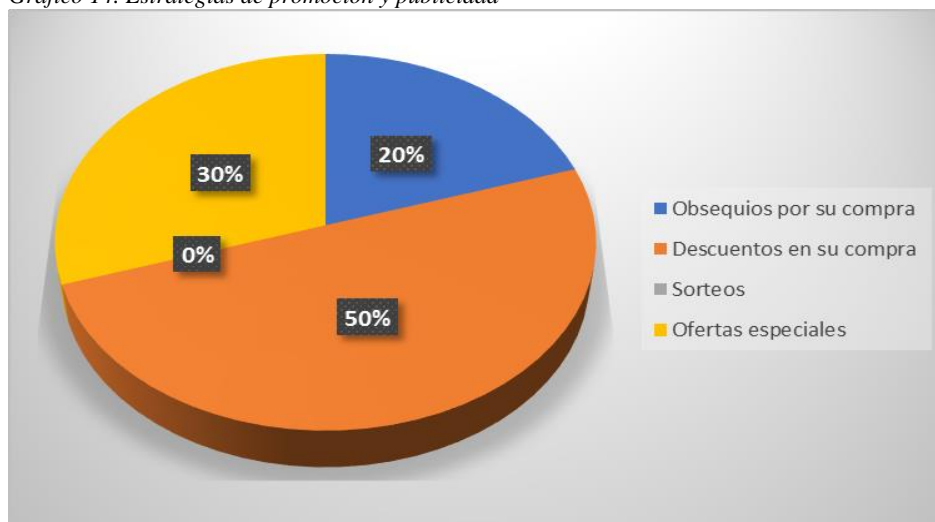
Políticas de Precios

Para la introducción de la venta de Sombreros de paja toquilla en el Cantón Otavalo en cuanto a políticas operativas de precio para posicionarlos ante la competencia se establece lo siguiente:

- No habrá aumento de precio sino tan solo una nivelación que se regulará de acuerdo a la inflación que se incrementa cada año, y de acuerdo a la situación del mercado.
- Los precios se eligieron según la competencia, de manera que permita competir con los mejores comerciantes de sombreros de paja toquilla del Cantón Otavalo.
- Como estrategia de precios también se propone trabajar con clientes potenciales quienes son los comerciantes que llevan este producto a vender al exterior en gran magnitud, a los cuales se les venderá el producto bajo pedido, quienes tendrán un pequeño descuento en las ventas, para motivar e incentivar el consumo de este producto

3.14.3. Estrategias de promoción y publicidad

Gráfico 14. Estrategias de promoción y publicidad

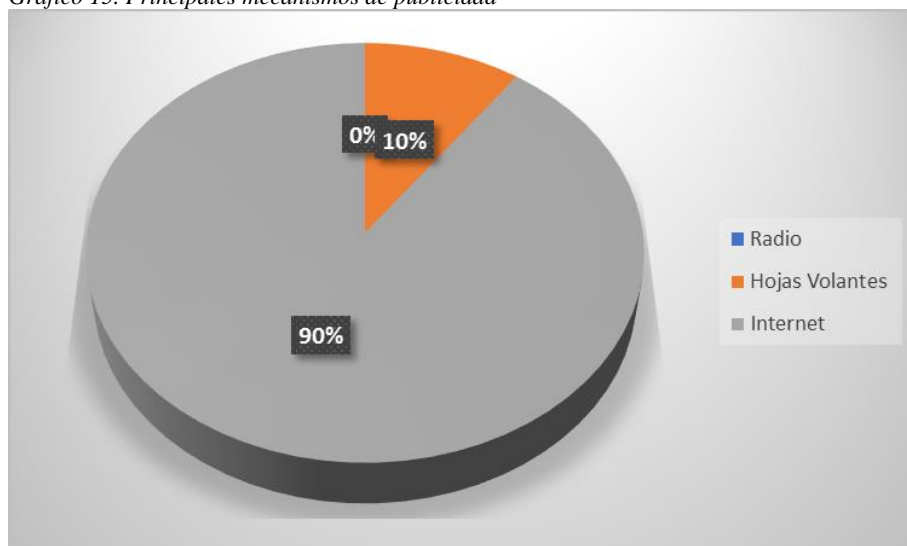


Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por el: Autor (2018)

Como principales mecanismos de promoción, se manejará mediante descuentos en su compra, ofertas especiales, cabe mencionar que las promociones son para atraer al cliente y se realizarán especialmente en épocas festivas como navidad y fin de año.

En cuanto a la publicidad se realizará mediante el internet con la imagen comercial, slogan de la empresa, y del producto a comercializarse, también se pagará en redes sociales por publicidad de me gusta obtenidos.

Gráfico 15. Principales mecanismos de publicidad



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por el: Autor (2018)

3.15. Conclusiones del estudio de mercado

El estudio de mercado de la comercialización de sombreros de paja toquilla en la plaza de ponchos en el Cantón Otavalo, determinó que la demanda potencial a satisfacer de consumidores es de 1.728 turistas al año.

El canal identificado de comercialización de los sombreros de paja toquilla, inicia con la compra del producto terminado a los artesanos de la Comunidad de Pile del Cantón Manabí, seguido por el almacenamiento del producto en la empresa para posteriormente ser comercializado al consumidor final.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

El estudio técnico comprende los siguientes ítems: localización del proyecto el cual abarca la macro localización y micro localización, tamaño e ingeniería del proyecto lo que comprende flujo gramas de procesos administrativos, distribución física de la planta, inversión total del proyecto, financiamiento y talento humano.

4.2 Objetivo General

Efectuar un estudio técnico, mediante la aplicación de herramientas de proyecciones financieras, con la finalidad de conocer los espacios requeridos, tecnología y recursos necesarios, con los cuales se podrá desarrollar apropiadamente el proyecto.

4.3. Objetivos Específicos

Evaluar el lugar óptimo para establecer la empresa, mediante un análisis de puntos asignados en comparación con otros sectores del Cantón Otavalo.

Determinar la capacidad de ventas anuales de sombreros de Paja Toquilla, el mismo que permitirá fijar la rentabilidad del proyecto.

Establecer los costos de inversión, constitución y talento humano para el correcto desarrollo del Proyecto.

4.4. Localización

4.4.1. Macro localización del proyecto

El proyecto estará ubicado en la Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, Ciudad de Otavalo.

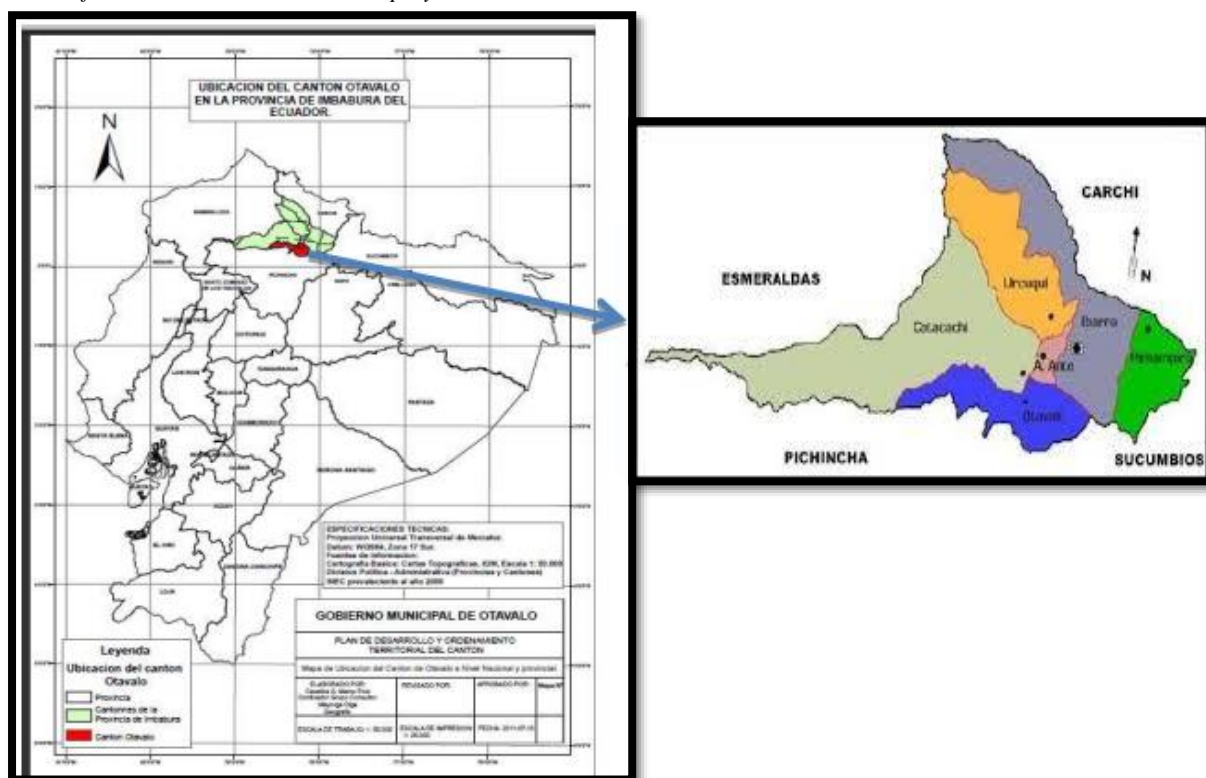
4.4.1.1. Otavalo

Según el plan de desarrollo territorial del Cantón Otavalo (2017) El cantón Otavalo está situado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura. Tiene una superficie de 579 km², según los nuevos límites otorgados por el Gobierno Municipal de Otavalo (2010). Su población es de 90 188 habitantes. La altitud va desde los 1 100 hasta los 4 700 msnm y la temperatura promedio es de 14 °C. El cantón limita al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur con los cantones Pedro Moncayo y Quito (Pichincha);

al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi.

El cantón Otavalo se encuentra conformado por 2 Parroquias Urbanas: El Jordán y San Luis y por 9 parroquias rurales: Eugenio Espejo, San Pablo del Lago, San Rafael de la Laguna, San Juan de Ilumán, Dr. Miguel Egas Cabezas, San José de Quichinche, San Pedro de Pataquí, Selva Alegre y González Suárez.

Gráfico 16. Macro localización del proyecto

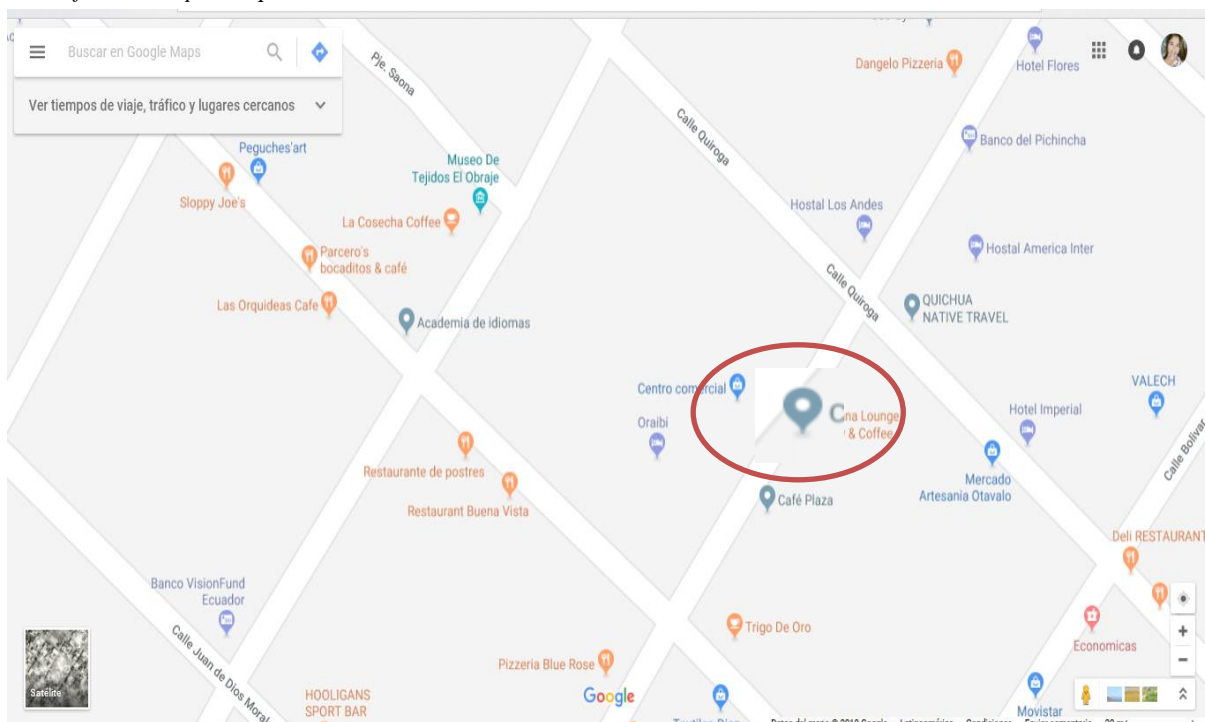


Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Otavalo (2018)

4.4.2. Micro localización del proyecto

El punto de venta de los sombreros de paja toquilla, se encontrará ubicado en la Ciudad de Otavalo en los alrededores de la Plaza de Ponchos (mercado centenario), en un local adecuado para la comercialización de los Sombreros, que tiene los servicios básicos, alcantarillado y demás para su funcionamiento óptimo, que quedará ubicado en las calles Quiroga y Sucre.

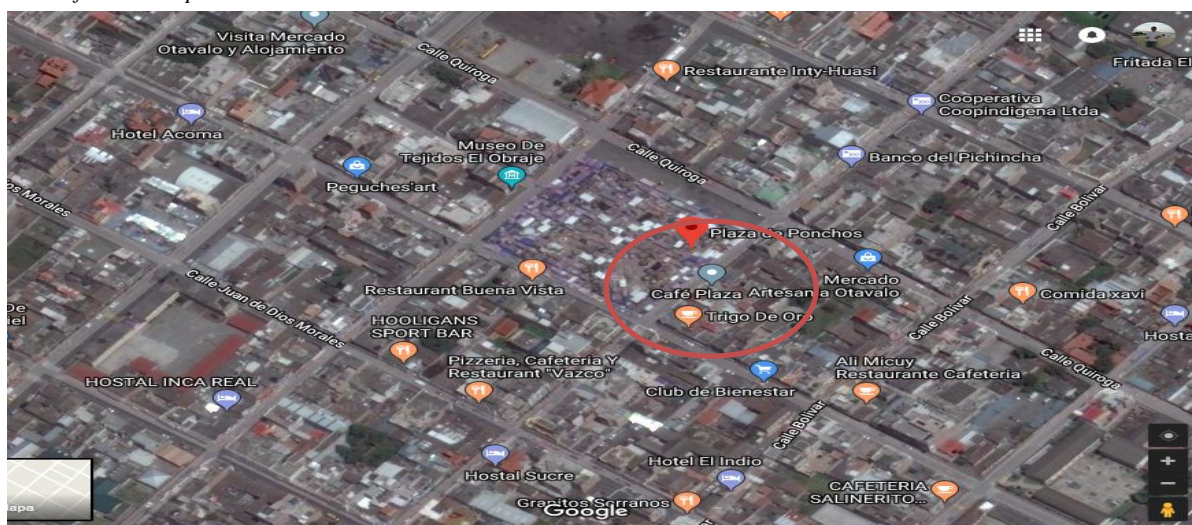
Gráfico 17. Mapa Croquis del Sector



Fuente: Google earth (2018)

Elaborado por: La Autora (2018)

Gráfico 18. Mapa Satelital



Fuente: Google earth (2018)

Elaborado por: La Autora (2018)

4.4.2.1. Análisis de los factores del sector asignado

Para determinar las ventajas del proyecto, se empleó el método cualitativo por puntos el cual consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye, donde se procede a asignar una calificación a cada factor de acuerdo con una escala predeterminada, como por ejemplo de cero a diez. Hay que tomar en cuenta que, para obtener la ponderación

de dicho factor, se multiplica el peso relativo asignado a cada factor por la calificación asignada.

A continuación, se establece la calificación y el análisis de diferentes factores que determinan las ventajas de la ubicación del proyecto en la plaza de ponchos, en comparación con otros sectores comerciales de Otavalo como el mercado de Copacabana y centro comercial el Jordán.

Tabla 32. Método cualitativo por puntos

Factor relevante	Peso	Plaza de ponchos		Mercado de Copacabana		Centro comercial Jordán	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Precio del arriendo del local comercial	0,20	8	1,6	8	1,6	7	1,4
Sector comercial	0,30	9	2,7	7	2,1	7	2,1
Tamaño del local	0,20	9	1,8	7	1,4	8	1,6
Influencia turística extranjera	0,30	9	2,7	8	2,4	6	1,8
TOTAL	1,00		8,8		7,5		6,9

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora (2018)

Mediante el Método cualitativo por puntos se determina que, el sitio más adecuado es el sector de la Plaza de los Ponchos de la ciudad de Otavalo por tener el mayor puntaje de 8.8.

- a. **Precio del arriendo del local comercial:** El precio del arriendo se consideró como un elemento importante en comparación con los otros dos sectores asignados, para tomar decisiones en minimización de gastos, ya que tienen incidencia en el flujo de caja proyectado de la microempresa.
- b. **Sector comercial:** Este factor es de vital importancia para la ubicación de la microempresa, porque incidirá directamente en el volumen de ventas, en los ingresos proyectados y básicamente en el posicionamiento del producto en el mercado.
- c. **Tamaño del local:** Este factor se consideró por cuanto en este tipo de microempresas se requiere de preferencia de espacios físicos para exhibición del producto, para bodegas de almacenamiento de los productos y un área para la administración.

- d. Afluencia de turistas extranjeros:** Este factor es muy importante, debido a que el consumidor extranjero es el principal cliente, ya que ellos buscan artesanías nacionales para poder llevar a sus países de origen.

4.5. Tamaño y capacidad del proyecto

La capacidad del proyecto se estableció acorde a la demanda insatisfecha del primer año que permitió obtener la demanda potencial a satisfacer.

Tabla 33. Capacidad e ingreso anual de unidades en la empresa

Demanda	Unidades/año	5.928	6.091	6.259	6.431	6.607	6.789
Capacidad	Unidades/año	1.728	1.775	1.825	1.875	1.926	1.979

Elaborado por: La Autora (2018)

En el cuadro siguiente donde representa el porcentaje de la capacidad de ventas de la comercializadora de sombreros significa que va iniciar con el 87,32% para el año cero, para el quinto año se llegara al 100% y es donde la empresa estará en su madurez comercial. Se realizó una regla de tres para poder tener el porcentaje.

Tabla 34. Porcentaje de capacidad de ventas de la empresa

Año	Unidades/año	Porcentaje
2018	1.728	87,32%
2019	1.775	89,69%
2020	1.825	92,22%
2021	1.875	94,75%
2022	1.926	97,32%
2023	1.979	100,00%

Elaborado por: La Autora (2018)

El proyecto iniciará con el 87,32% de su capacidad el cual corresponde a 1.728 unidades/año en ventas, para el año 2023 se estima que se trabajará con la capacidad de la empresa al 100% lo que corresponde a 1.979 unidades/año en ventas.





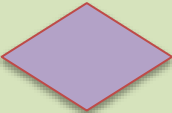



4.6. Ingeniería del proyecto

4.6.1. Procesos

4.6.1.1. Simbología para elaborar los diagramas de flujo

Los diagramas de flujo se dibujan generalmente usando algunos símbolos que ayudan a entender el funcionamiento interno y las relaciones entre varios procedimientos que tienen las microempresas, los símbolos son:

Gráfico 19. Flujograma

SÍMBOLO	DEFINICIÓN	DESCRIPCIÓN
	Inicio o término	Indica el principio o el fin del flujo, se usa para indicar una oportunidad administrativa o persona que recibe o proporciona información
	Proceso	Representa la ejecución de una operación por medio de la cual se realiza una parte del procedimiento descrito.
	Documento	Cualquier documento impreso
	Documentos	Varios documentos
	Decisión	Decidir una alternativa específica de acción
	Datos	Significa el depósito final o temporal de documentos en archivo.
	Conector de página	Indicador que une o enlaza con otra hoja diferente en la que continua el diagrama de flujo.
	Conector	Une o enlaza una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

Elaborado por: La Autora (2018)

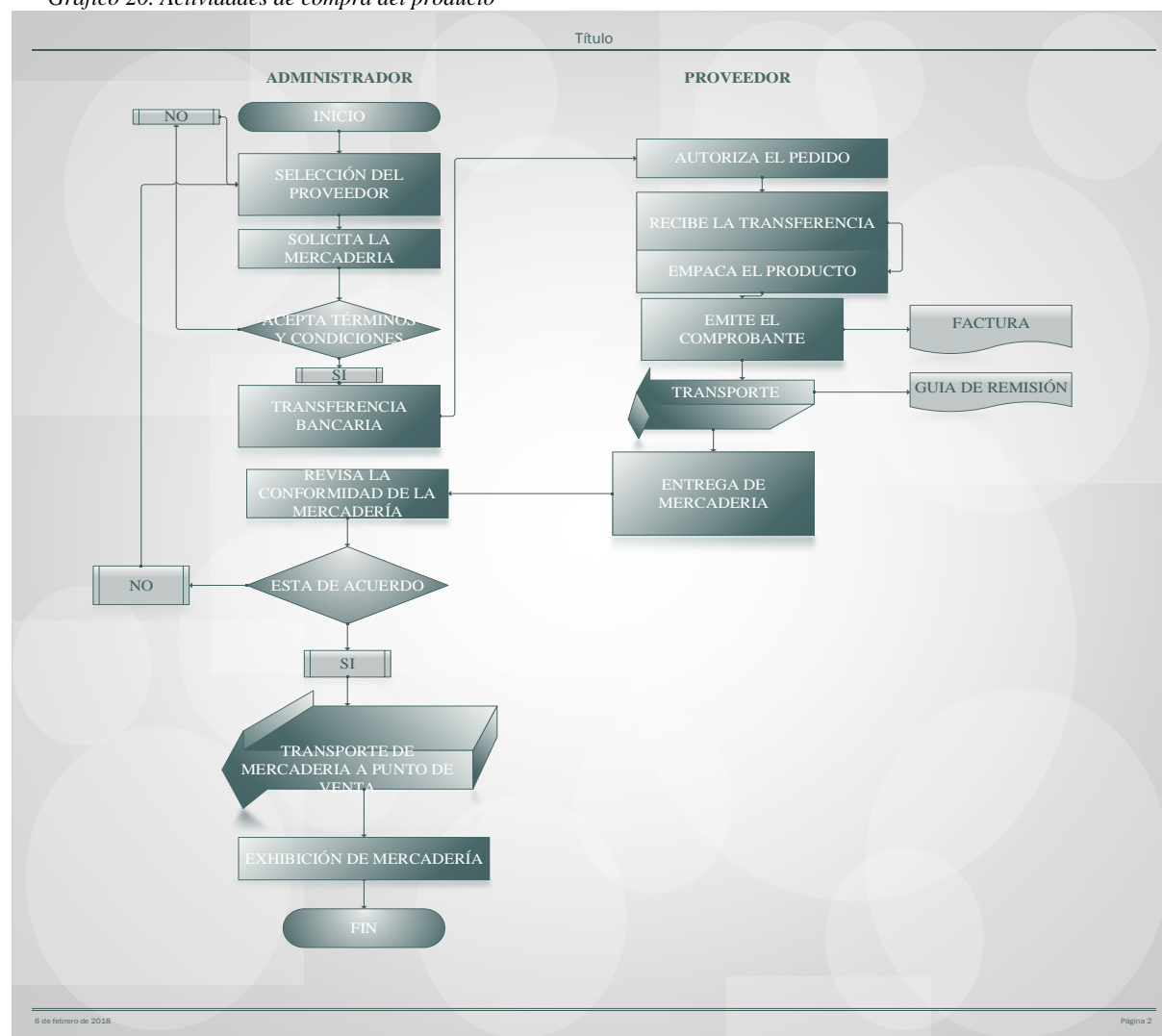
4.6.1.2. Flujograma 1. Compra del producto

Tabla 35. Actividades de compra del producto

Nº	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
1	Administrador	Selección del proveedor
2	Administrador	Solicita Mercadería
3	Administrador	Revisa Conformidad de la Mercadería
4	Proveedor	Transferencia Bancaria
5	Proveedor	Autoriza el Pedido
6	Proveedor	Recibe la transferencia
7	Proveedor	Empaca la mercadería y emite el comprobante de venta
8	Proveedor	Entrega la mercadería
9	Administrador	Recibe la mercadería en conformidad
10	Administrador	Transporta la mercadería al punto de ventas.
11	Administrador	Exhibición de Mercadería

Elaborado por: La Autora (2018)

Gráfico 20. Actividades de compra del producto



Elaborado por: La Autora (2018)

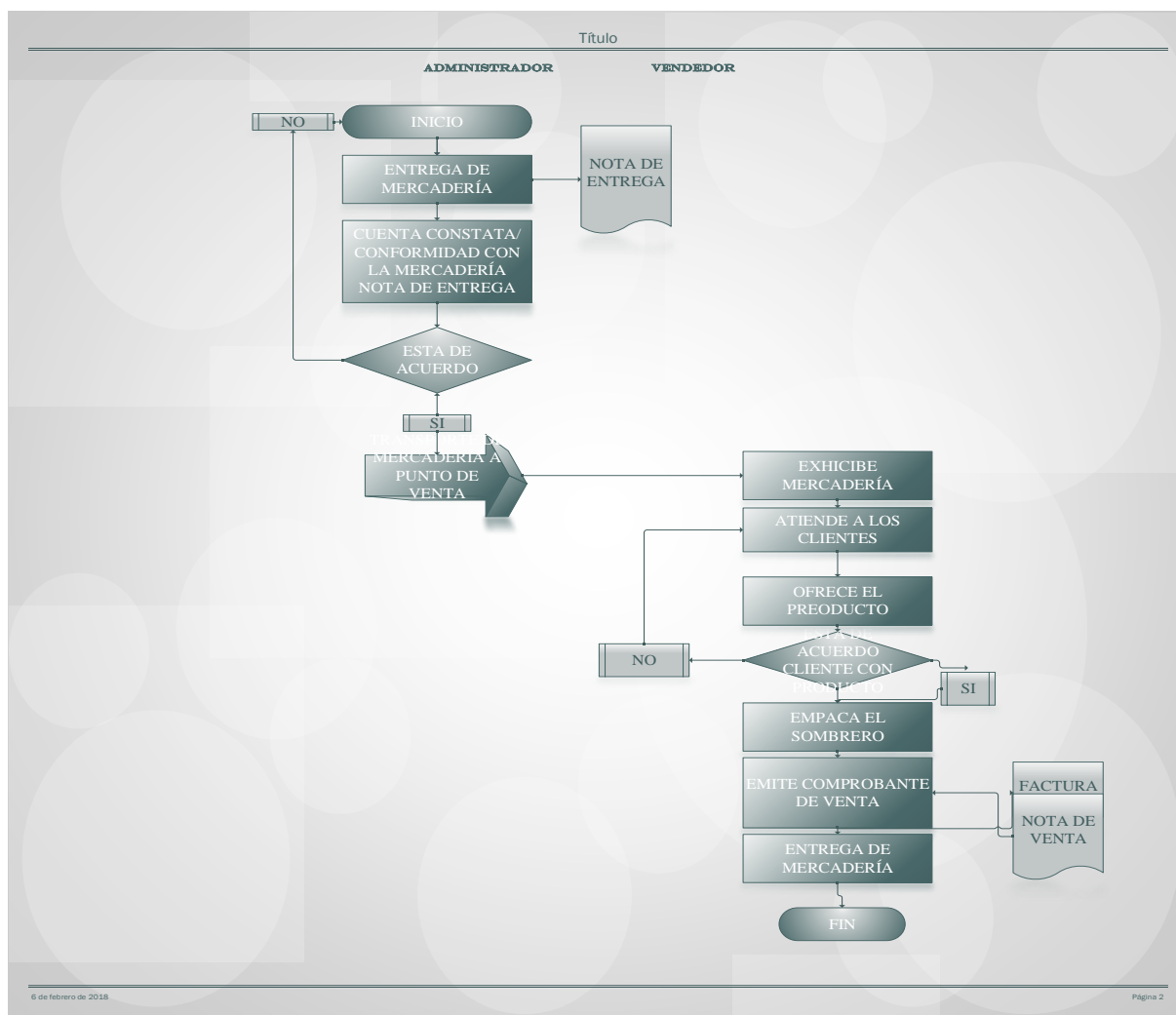
4.6.1.3. Flujograma 2. Entrega del Sombrero al vendedor

Tabla 36. Entrega del Sombrero al Vendedor

N°	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
1	Administrador	Entrega de la mercadería
2	Administrador	Cuenta constata, conformidad con la mercadería
3	Administrador	Transporte de mercadería a punto de venta
4	Vendedor	Exhibible la mercadería
5	Vendedor	Atiende a los clientes
6	Vendedor	Ofrece el producto
7	Vendedor	Empaca el sombrero
8	Vendedor	Emite el comprobante de venta
9	Vendedor	Entrega de mercadería

Elaborado por: La Autora (2018)

Gráfico 21. Entrega del Sombrero al Vendedor



Elaborado por: La Autora (2018)

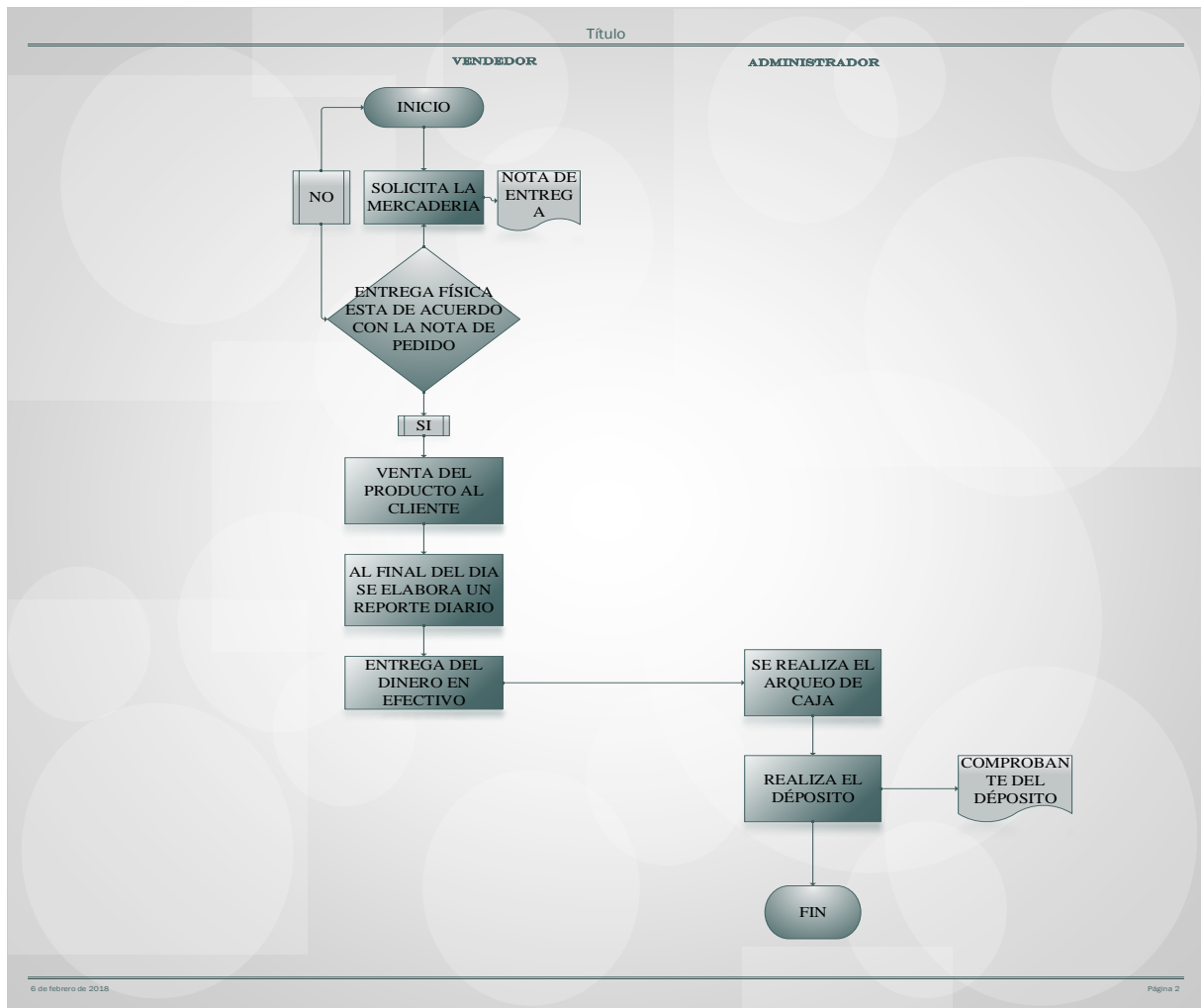
4.6.1.4. Flujograma 3. Venta de Mercadería y Rendición de cuentas del vendedor al administrador

Tabla 37. Venta de Mercadería y Rendición de cuentas del vendedor al administrador

Nº	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
1	Vendedor	Solicita la mercadería
2	Vendedor	Venta del Producto al cliente
3	Vendedor	Al final del día elabora un reporte diario
4	Vendedor	Entrega del dinero en efectivo
5	Administrador	Se realiza el arqueo de caja
6	Administrador	Realiza el deposito

Elaborado por: La Autora (2018)

Gráfico 22. Venta de Mercadería y Rendición de cuentas del vendedor al administrador



Elaborado por: La Autora (2018)

4.6.2. Tecnología

4.6.2.1. Equipo de computo

Gráfico 23. Equipo de computación operativo



Fuente: Investigación directa

Se necesita Equipo de Cómputo para poder registrar, las ventas, compras, ingresos y gastos que se va a tener en la pequeña empresa comercializadora de sombrero de paja toquilla.

4.6.2.2. Muebles de oficina y enseres

Gráfico 24. Muebles de oficina



Fuente: Investigación directa

Cabe recalcar que se requiere muebles de oficina para exhibir los productos en las diferentes vitrinas, de esta manera se podrá observar la mercadería, los demás muebles son parte y complemento del local de comercialización de sombreros.

Los muebles de oficina y enseres van a ser utilizados para guardar los documentos que nos servirán como respaldo, para la Instituciones que requieran como es el Sri, IESS, entre otros

Gráfico 25. Muebles operativos



Fuente: Investigación directa

Las estanterías son de suma importancia ya que en ellas se va a exhibir los sombreros de Paja Toquilla, el cual tendrá un mejor aprecio para el público nacional y extranjero.

a. Obras civiles

El área total de construcción del proyecto tendrá una superficie de 70 m², las cuales se encuentran distribuidas en las siguientes áreas:

b. Área administrativa: gerencia, contabilidad y promoción, baño.

c. Área comercial: Punto de venta del producto, bodega

d. Área externa: Parqueadero

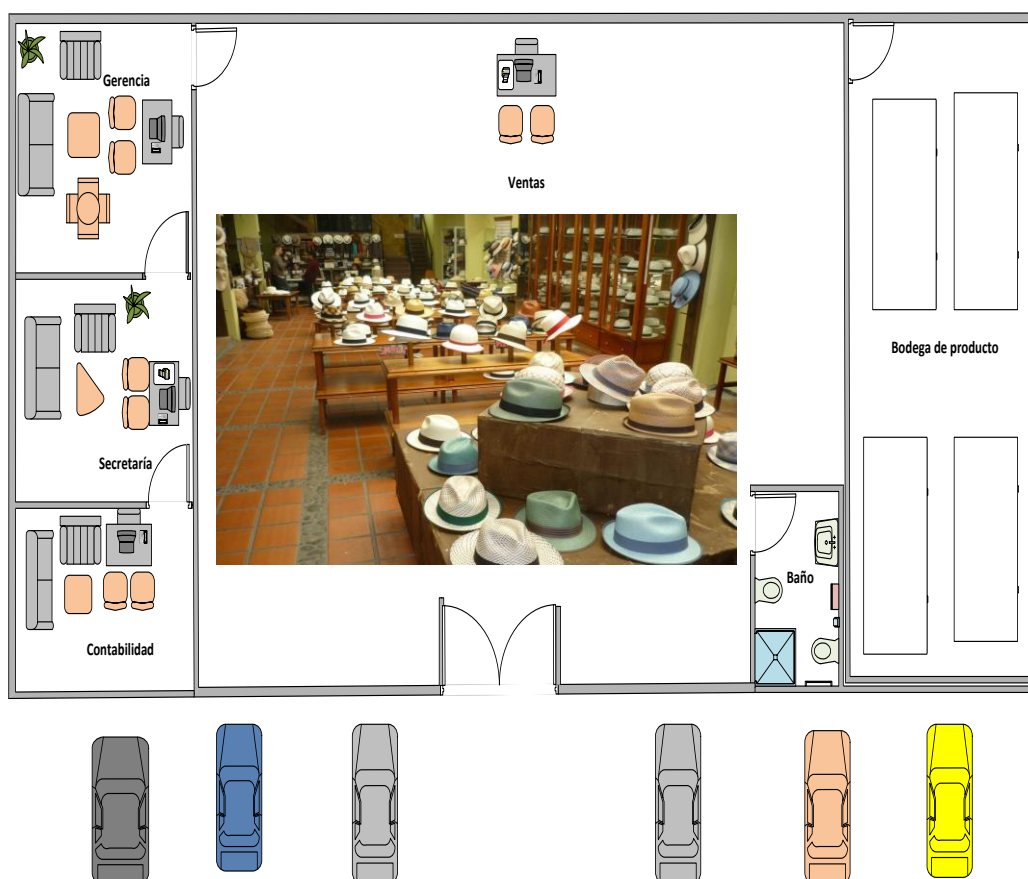
El terreno tiene una superficie de 100 m², el cual se distribuye en el siguiente detalle:

Tabla 38. Distribución operativa de la empresa

			Superficie m ²
Terreno 100 m ²	Área operativa	Área administrativa	
		Gerencia	8
		Contabilidad y promoción	7
		Baño	4
		Total	19
	Área operativa	Área operativa	
		Punto de venta	46
		Bodega	10
		Total	56
	Área externa	Zona de vehículos	25
		Total	25

Fuente: Investigación directa

Gráfico 26. Distribución de la planta



Elaborado por: La Autora (2018)

4.7. Presupuesto técnico

4.7.1. Inversión fija

4.7.1.1. Área administrativa

Está representado por los bienes muebles administrativos los cuales serán utilizados por el gerente, contador, vendedor.

4.7.1.1.1. Muebles de Oficina

Tabla 39. Muebles de oficina

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	V. Unitario	V. Total
-------------	---------------	----------	-------------	----------

Escritorio metálico	Unidad	1	150	150,00
Sillas	Unidad	6	25	150,00
Archivador	Unidad	2	140	280,00
Vitrina Mostrador	Unidad	4	160	640,00
Estanterías	Unidad	2	110	220,00
TOTAL...				1,440,00

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

4.7.1.1.2. Equipo de Computo

Tabla 40. Equipo de cómputo

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Computador	Unidad	1	300	300
Impresora	Unidad	1	100	100
TOTAL				400

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

4.7.1.2. Resumen de Inversión Fija

Tabla 41. Resumen de Inversión Fija

Descripción	Valor
Muebles de oficina	1.440,00
Equipo de cómputo	400,00
Total	1.840,00

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

4.7.2 Activos diferidos

Es una inversión intangible la cual es de vital importancia para constituir la empresa, ya sea para legalizar la empresa, trámites de tipo judicial, y los gastos de gestión realizados en la investigación.

4.7.2.1. Gastos diferidos

Tabla 42. Gastos diferidos

Descripción	V. Unitario	V. Total
Gastos de investigación	100	100
Gastos de constitución	300	300
TOTAL...		400

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

4.5.3. Inversión Variable

4.5.3.1. Capital de trabajo

El capital de trabajo es el fondo rotativo que necesita la microempresa mientras ingresan los primeros flujos efectivos. Este rubro es necesario para cumplir obligaciones financieras y tributarias como pago de sueldos y salarios, pago a terceros como la Seguridad Social e impuestos que de no tener este capital existe el peligro de tener mora, multas e interés, inconvenientes que se evita con el capital de trabajo.

4.5.3.1.1. Costos de Mercadería

Tabla 43. Costo de Mercadería

Rubros		Costos Mensual
Cantidad de Sombreros Mensuales a vender	Unidad	144
Precio Unitario	Precio	18,00
Costo Total de Mercadería Mensual		2.592,00
Por 2 Meses		5.184,00

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

4.5.3.1.2. Servicios Básicos

Tabla 44. Servicios Básicos

Descripción	Costo Mensual
<u>Energía Eléctrica</u>	
Consumo (por mes)	20,00
<u>Agua Potable</u>	
Consumo (por mes)	10,00
<u>Teléfono</u>	
Consumo (por mes)	10,00
<u>Internet</u>	
Consumo (por mes)	25,00
TOTAL...	65,00

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

4.5.3.2. Gastos de Ventas

Se estima necesario como parte del capital de trabajo, los recursos para el primer mes de sueldo del vendedor, más el aporte patronal al IESS

a. Talento humano

Los requerimientos de talento humano el cual estará constituido la empresa se indica en el siguiente detalle:

Tabla 45. Personal Administrativo

Rubros	Costo Mensual
Sueldo Básico Unificado	386,00
Aporte Patronal	46,90
Fondo de Reserva	
Décimo tercer sueldo	32,17
Décimo cuarto sueldo	32,17
TOTAL	497,23

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

Tabla 46. Honorarios del contador

Rubros	Costo Mensual
<u>Contador</u>	
Honorarios Profesionales	50,00
TOTAL	50,00

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

Tabla 47. Gastos Administrativos

Rubros	Costo Mensual
Personal Administrativo	497,23
Honorario del Contador	50,00
TOTAL	547,23

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

Tabla 48. Gastos ventas

Descripción	Costo Mensual
Publicidad en portal web	12.50
Publicidad	72,00
Empaques	200,00
Arriendo Local	400,00
TOTAL	684,50

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

4.5.3.3. Capital de Trabajo

Tabla 49. Capital de Trabajo

Descripción	Parcial	V. Total
--------------------	----------------	-----------------

Valor de la Mercadería para el Primer Mes	5.184,00
Servicios Básicos (Mensual)	65,00
Gastos Administrativos	547,23
Gastos de Ventas	684,50
TOTAL...	6.480,73

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

4.5.3.4. Inversión Inicial

Tabla 50. Inversión Inicial

Activos Fijos	1.840,00
Activos Diferidos	400,00
Capital de Trabajo	6.480,73
Inversión Total	8.720,73

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

4.5.3.5. Financiamiento

Para el financiamiento se involucran dos tipos de fondos los cuales son propios y detallados como se indica en el siguiente detalle:

Tabla 51. Financiamiento

Estructura	Valor	%
Fondos propios	3.488,29	40
Fondos financiados	5.232,44	60
Total...	8.720,73	100

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

4.8. Conclusiones:

Este estudio permitió determinar la viabilidad técnica de implementar la microempresa comercializadora de sombreros de paja toquilla en el Cantón Otavalo, ya que se cuenta con el financiamiento para la adquisición de la mercadería, se ha designado el lugar estratégico para su ubicación, así como los recursos materiales, financieros y talento humano que se requieren para su implementación y buen funcionamiento.

CAPITULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1. Introducción

Para la evaluación financiera se utiliza la información encontrada en el estudio de mercado y el estudio técnico, lo que permitirá analizar si el proyecto es factible o no para la implementación de la inversión, para lo cual se realizará una proyección del Costo de venta de mercaderías, gastos administrativos, ventas y financieros, para cada uno de los años de vida útil del proyecto que se estima para 5 años. A partir de estas proyecciones se construirán los estados financieros proformas que servirán de base para el análisis financiero que permitirá determinar si existe o no viabilidad económica para la ejecución del proyecto.

5.2. Objetivo General

Evaluar la factibilidad financiera y económica del proyecto, a través del estudio y análisis financiero, con el fin de determinar si el proyecto es sustentable.

5.3. Objetivos Específicos

- Determinar la viabilidad del proyecto a través de la proyección de costos y gastos.
- Elaborar los estados financieros proyectados.
- Evaluar la rentabilidad del proyecto mediante el cálculo de los indicadores financieros.

5.4. Determinación de Ingresos

Para determinar los ingresos es conveniente establecer la proyección de las ventas que será del 2,75% más, de la producción actual de sombreros mensuales, el precio de venta se determinará en base a la competencia y la rentabilidad del emprendimiento al igual que se proyectará con la tasa de inflación 3,916% que corresponde al promedio de los tres últimos años según lo establecido en el Banco Central del Ecuador.

Tabla 52. Determinación de ingresos

Rubros	Cantidad	Precio unitario	V. Total
<u>Sombrero de Paja Toquilla de 13 Fibras</u>			
Diario	6	30,00	180,00
Mensual (24 días)	144	30,00	4.320,00
Anual (12 meses)	1.728	30,00	51.840,00
Total Anual			51.840,00

Elaborado por: La Autora (2018)

5.4.1. Proyección de Ingresos

Tabla 53. Proyección de ingresos

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
<u>SOMBRERO</u>						
Cantidad	1728	1776	1824	1875	1926	1979
Precio	30,00	31,17	32,40	33,66	34,98	36,35
TOTAL	51.840	55.351,	59.101	63.104	67.379	71.943

Elaborado por: La Autora (2018)

5.5. Determinación de Egresos

5.5.1. Costos

5.5.1.1. Mercadería/ Inventario

Para la comercialización mensual de los sombreros de paja toquilla se realiza la compra de la mercadería que se detalla a continuación:

Tabla 54. Mercadería/Inventario

Concepto	Total Mensual	Total Annual
Cantidad	144	1.728
P. Unit	18,00	18,00
Total Mercadería	2.592,00	31.104,00

Elaborado por: La Autora (2018)

La proyección de la cantidad de compra se realizó con base en el crecimiento del porcentaje de afluencia turística para la zona de influencia determinada por el boletín turístico 2017, emitido por el Ministerio de Turismo. El crecimiento en precios está dado por el porcentaje promedio de inflación de los 5 últimos años, publicado por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 55. Proyección de costo de mercadería

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
<u>Sombrero de Paja Toquilla de 13 Fibras</u>						
Cant.	1.728	1.776	1.824	1.875	1.926	1.979
P. Unit	18,00	18,70	19,44	20,20	20,99	21,81
Total	31.104,00	33.210,89	35.460,49	37.862,47	40.427,16	43.165,57

Elaborado por: La Autora (2018)

5.5.1.3. Servicios Básicos

Para la realización del plan de negocio se toma en cuenta como costo operacional el valor de los servicios básicos por mes; para la proyección de los siguientes cinco años se tomó el año base por una tasa de inflación del 3,916%.

En el siguiente cuadro se detalla los servicios de energía eléctrica, agua potable, línea telefónica y el internet.

Tabla 56. Servicios Básicos

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Energía Eléctrica</u>						
Consumo (por mes)	20,00	20,78	21,60	22,44	23,32	24,23
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Consumo (por año)	240,00	249,40	259,16	269,31	279,86	290,82
<u>Agua Potable</u>						
Consumo (por mes)	10,00	10,39	10,80	11,22	11,66	12,12
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Consumo (por año)	120,00	124,70	129,58	134,66	139,93	145,41
<u>Línea Telefonica</u>						
Consumo (por mes)	10,00	10,39	10,80	11,22	11,66	12,12
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Consumo (por año)	120,00	124,70	129,58	134,66	139,93	145,41
<u>Internet</u>						
Consumo (por mes)	25,00	25,98	27,00	28,05	29,15	30,29
Meses año	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Consumo (por año)	300,00	311,75	323,96	336,64	349,83	363,52
TOTAL...	780,00	810,54	842,29	875,27	909,55	945,16

Elaborado por: La Autora (2018)

5.5.1.3. Total, Costos de Operación

Para el total de costos de operación se considera los siguientes rubros que se presentan en la tabla, cabe mencionar que estos valores son el costo de mercadería vendida más los servicios básicos, de los años proyectados.

Tabla 57. Costos de Operación

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Costo de Mercadería	31.104,00	33.210,89	35.460,49	37.862,47	40.427,16	43.165,57
Proyectada						
Costo de Servicios Básicos						
Proyectados	780,00	810,54	842,29	875,27	909,55	945,16
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	31.884,00	34.021,43	36.302,78	38.737,74	41.336,71	44.110,74

Elaborado por: La Autora (2018)

5.6. Gastos Administrativos

Para determinar los gastos administrativos se sumará el sueldo del empleado más los honorarios profesionales del contador.

5.6.1. Sueldos y Salarios

Para la proyección de los sueldos y salarios se utilizará la tasa promedio que da el cuadro estadístico que se presenta a continuación, el mismo que refleja el salario básico desde el año 2012 hasta el 2018, que indican el porcentaje de incremento que cada año ha tenido el salario básico unificado de los trabajadores en el Ecuador.

Tabla 58. Tasa promedio para sueldos y salarios

Años	SBU	$i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$
2012	292	0,00
2013	318	8,90
2014	340	6,92
2015	354	4,12
2016	366	3,39
2017	375	2,46
2018	386	2,93
TOTAL		28,72

Elaborado por: La Autora (2018)

Formula:

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{28,72}{7} = 4.10 = 0,0410$$

Según el cálculo el incremento anual consecutivo es del 4.10%.

Se considera el pago del sueldo al empleado que será el vendedor, para la cual se considera la cancelación del sueldo básico unificado que se estipula para el año 2018, al igual que se realizará el pago de honorarios profesionales de contador ya que es un emprendimiento que no está obligado a llevar contabilidad.

Para la proyección del sueldo del empleado y de los servicios profesionales del contador se utilizará una tasa del 4,10% como promedio de incremento anual.

Tabla 59'. sueldo mensual del empleado

Rubro	Mensual	Meses año	Total Año
SBU	386,00	12	4.632,00
Aporte Patronal	46,90	12	562,79
Fondo de Reserva	-	-	-
Décimo Tercero	32,17	12	386,00
Décimo Cuarto	32,17	12	386,00
Total	497,23	12	5.966,79

Elaborado por: La Autora (2018)

Tabla 60. Proyección sueldo del empleado

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
SBU	4.632,00	4.821,91	5.019,61	5.225,41	5.439,66	5.662,68
Aporte Patronal	562,79	585,86	609,88	634,89	660,92	688,02
Fondo de Reserva		401,67	418,13	435,28	453,12	471,70
Décimo Tercero	386,00	401,83	418,30	435,45	453,30	471,89
Décimo Cuarto	386,00	417,38	451,31	488,01	527,68	570,58
Total	5.966,79	6.628,65	6.917,24	7.219,04	7.534,68	7.864,87

Elaborado por: La Autora (2018)

Tabla 61. Servicios Profesionales

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
<u>Contador</u>						
Honorarios profesionales	50	52	54	56	59	61
Meses por año	12	12	12	12	12	12
Total	600	625	650	677	705	734

Elaborado por: La Autora (2018)

5.7. Amortización de activos diferidos

Los activos diferidos constituyen todos los gastos realizados para la constitución y organización de la empresa, y que por tener un valor significativo no son enviados en su totalidad al gasto, sino son convertidos en activos a ser amortizados en cuotas anuales iguales durante los cinco primeros años de vida del proyecto:

Tabla 62. Amortización de activos diferidos

Descripción	V Unit.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos De Investigación	100,00	100,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Gastos De Constitución	300,00	300,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
TOTAL		400,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00

Elaborado por: La Autora (2018)

A continuación, se presenta una tabla resumen de los Gastos de Administración:

Tabla 63. Total, Gastos Administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Sueldo Empleado	5.966,79	6.628,65	6.917,24	7.219,04	7.534,68	7.864,87
Amortización gastos de constitución	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	-
Honorarios Profesionales	600,00	624,60	650,21	676,87	704,62	733,51
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	6.646,79	7.333,25	7.647,45	7.975,90	8.319,30	8.598,38

Elaborado por: La Autora (2018)

5.8. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas son necesarios para el desarrollo del emprendimiento los que permiten que el negocio tenga un mayor número de clientes.

Para el impulso del emprendimiento se tomó en cuenta los siguientes rubros los que son indispensables para el desarrollo:

Tabla 64 Gasto de ventas

Descripción	Mensual	Meses Año	Total Año
Publicidad en portal web	12,50	12	150,00
Publicidad	72,00	12	864,00
Embalaje	200,00	12	2400,00
Arriendo Local	400,00	12	4800,00
Total	684,50	12	8.214,00

Elaborado por: La Autora (2018)

Tabla 65. Proyección de gasto de ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
<u>Comisión en ventas:</u>						
Publicidad en portal web	150,00	155,87	161,98	168,32	174,91	181,76
Publicidad	864,00	897,83	932,99	969,53	1007,50	1046,95
Embalaje	2400,00	2493,98	2591,65	2693,14	2798,60	2908,19
Arriendo Local	4800,00	4987,97	5183,30	5386,27	5597,20	5816,39
Total	8214,00	8535,66	8869,92	9217,26	9578,21	9953,29

Elaborado por: La Autora (2018)

La publicidad se realizará por medio del sitio web, el que describirá la historia de los sombreros de paja toquilla y toda información referente al producto, para de esta manera la ciudadanía nacional y extranjera conozca más sobre este producto y de la comercialización del sombrero en la ciudad de Otavalo.

5.9. Gastos Financieros

Para la comercialización de los sombreros de paja toquilla se requiere un financiamiento de 5.232,44 USD que constituye el 60% de la inversión total. Para la amortización del financiamiento se utiliza una tasa activa del 15 % que es referencia del Banco del Pacífico para estas operaciones crediticias, a un plazo de 3 años con pagos mensuales.

Cálculo de Amortización

Para establecer el valor a pagar, se aplica la siguiente fórmula financiera, de lo cual se obtiene una cuota fija mensual, en la que va variando mes a mes el valor del interés y de la amortización del capital.

$$\text{VALOR PRESENTE} = \frac{VF \cdot i \cdot (1+i)^n}{\{(1+i)^n - 1\}}$$

$$VP = \frac{5.232 \cdot 0,125 \cdot (1+0,125)^{36}}{\{(1+0,125)^{36} - 1\}} = \frac{102,29}{0,5639} = 181,38$$

Datos Generales

Beneficiario:	Pile Hat
Institución Financiera:	BanEcuador
Fecha de Inicio:	20 de febrero del 2018
Fecha Final:	20 de febrero del 2021

Tabla 66. Amortización del Crédito

Amortización del Crédito						
Capital:	5.232,44					
Interés:	15%	1,25	Mensual	0,0125		
Tiempo:	3 Años	36	Meses			
Nº	Valor Deuda	Interés	Saldo	Saldo Total	Interés	Capital
1	181,38	65,41	115,98	5.116		
2	181,38	63,96	117,43	4.999		
3	181,38	62,49	118,90	4.880		
4	181,38	61,00	120,38	4.760		
5	181,38	59,50	121,89	4.638		
6	181,38	57,97	123,41	4.514		
7	181,38	56,43	124,95	4.390		
8	181,38	54,87	126,52	4.263		
9	181,38	53,29	128,10	4.135		

10	181,38	51,69	129,70	4.005		
11	181,38	50,06	131,32	3.874		
12	181,38	48,42	132,96	3.741	685	1.492
13	181,38	46,76	134,62	3.606		
14	181,38	45,08	136,31	3.470		
15	181,38	43,37	138,01	3.332		
16	181,38	41,65	139,73	3.192		
17	181,38	39,90	141,48	3.051		
18	181,38	38,13	143,25	2.908		
19	181,38	36,34	145,04	2.762		
20	181,38	34,53	146,85	2.616		
21	181,38	32,70	148,69	2.467		
22	181,38	30,84	150,55	2.316		
23	181,38	28,95	152,43	2.164		
24	181,38	27,05	154,33	2.010	445	1.731
25	181,38	25,12	156,26	1.853		
26	181,38	23,17	158,22	1.695		
27	181,38	21,19	160,20	1.535		
28	181,38	19,19	162,20	1.373		
29	181,38	17,16	164,23	1.209		
30	181,38	15,11	166,28	1.042		
31	181,38	13,03	168,36	874		
32	181,38	10,92	170,46	703		
33	181,38	8,79	172,59	531		
34	181,38	6,64	174,75	356		
35	181,38	4,45	176,93	179		
36	181,38	2,24	179,14	0	167	2.010
TOTAL		1.297	5.232			

Elaborado por: La Autora (2018)

Tabla 67. Gastos Financieros

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Intereses	685,08	445,31	167,00
Total	685,08	445,31	167,00

Elaborado por: La Autora (2018)

Los gastos financieros son los intereses que serán cancelados de manera mensual según refleja la tabla de amortización anterior.

5.10. Depreciaciones

Los Activos Fijos que se necesitan para el desarrollo del proyecto son los siguientes:

5.10.1. Equipo de Computación

- 1 Computador
- 1 Impresora

5.10.2. Muebles de Oficina

- 1 Escritorio metálico
- 3 Sillas
- 2 Archivador
- 4 Vitrina Mostrador
- 2 Estanterías

Tabla 68. Equipo de Cómputo

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Computador	Unidad	1	300,00	300,00
Impresora	Unidad	1	100 ,00	100 ,00
Total				400 ,00

Elaborado por: La Autora (2018)

Tabla 69. Muebles de Oficina

Descripción	Unidad Medida	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Escritorio metálico	Unidad	1	150,00	150,00
Sillas	Unidad	3	50,00	150,00
Archivador	Unidad	2	140,00	280,00
Vitrina Mostrador	Unidad	4	160,00	640,00
Estanterías	Unidad	2	110,00	220,00
Total				1.440,00

Elaborado por: La Autora (2018)

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos se tomó como referencia lo establecido en el reglamento del SRI, Art. 25, página 10, Depreciaciones de Activos Fijos.

Para lo cual en este proyecto se utilizó el método de línea recta.

Cálculo de la Depreciación

$$Dpr. = \frac{\text{Valor Actual} - \text{Valor Residual}}{\text{vida util del activo}}$$

Tabla 70. Depreciación Mobiliario

Mobiliario

N°	Valor en libros	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Saldo
1	1440,00	129,60	129,60	1.310,40
2	1440,00	129,60	259,20	1.180,80
3	1440,00	129,60	388,80	1.051,20
4	1440,00	129,60	518,40	921,60
5	1440,00	129,60	648,00	792,00
6	1440,00	129,60	777,60	662,40
7	1440,00	129,60	907,20	532,80
8	1440,00	129,60	1.036,80	403,20
9	1440,00	129,60	1.166,40	273,60
10	1440,00	129,60	1.296,00	144,00

Elaborado por: La Autora (2018)

Tabla 71. Depreciación Equipo de Computo

Equipo de Computo

N°	Valor en libros	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Saldo
1	400,00	120,00	120,00	280,00
2	400,00	120,00	240,00	160,00
3	400,00	120,00	360,00	40,00

Elaborado por: La Autora (2018)

Tabla 72 Depreciación equipo de computo

Activo Fijo	Vida útil	Valor del Bien	Valor residual	Total	Cuota de depreciación
Computadora	3	300,00	30,00	270,00	90,00
Impresora	3	100,00	10,00	90,00	30,00
Total		400,00	40,00	360,00	120,00

Elaborado por: La Autora (2018)

Tabla 73. Depreciación mueble de oficina

Activo Fijo	Vida útil	Valor del Bien	Valor residual	Total	Cuota de depreciación
MUEBLES DE OFICINA					
Escritorio metálico	10	150,00	15,00	135,00	13,50
Sillas	10	150,00	15,00	135,00	13,50
Archivador	10	280,00	28,00	252,00	25,20
Vitrina Mostrador	10	640,00	64,00	576,00	57,60
Estanterías	10	220,00	22,00	198,00	19,80
Total		1.440,00	144,00	1.296,00	129,60

Elaborado por: La Autora (2018)

Tabla 74. Resumen depreciaciones

Activo Fijo	Cuota de Depreciación
Equipo de Computo	120,00
Muebles de Oficina	129,60
Total	249,60

Elaborado por: La Autora (2018)

5.11. Resumen de Costos y Gastos

La tabla siguiente muestra un resumen de costos y gastos proyectados para los seis años de vida útil del proyecto.

Tabla 75. Resumen de Costos y Gastos

Cuadro Resumen de	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Costos y Gastos						
Costos de Operación	31.884,00	34.021,43	36.302,78	38.737,74	41.336,71	44.110,74
Gastos Administrativos	6.646,79	7.333,25	7.647,45	7.975,90	8.319,30	8.598,38
Gastos de Ventas	8.214,00	8.535,66	8.869,92	9.217,26	9.578,21	9.953,29
Gastos Financieros	685,08	445,31	167,00	-	-	-
TOTAL	47.429,87	50.335,65	52.987,14	55.930,91	59.234,22	62.662,41

Elaborado por: La Autora (2018)

Los costos de operación contienen el costo de mercadería vendida y el valor previsto para el pago de servicios básicos. Los gastos administrativos contienen el sueldo del empleado y los honorarios profesionales del contador. Los gastos de ventas contienen la publicidad en página web, publicidad en radio, embalaje y el valor a pagar por concepto de arriendo del local.

5.12. Estados Financieros

Para este emprendimiento se prevé seis años como horizonte del proyecto.

5.12.1. Balance General

El Balance general se compone por las cuentas del activo, pasivo y patrimonio; este es un informe financiero que detalla una inversión de 8.721, que está compuesta por una inversión variable, fija y diferida, que podrá indicar cada una de las cuentas que se utilizaran a lo largo del periodo contable.

Este estado se lo presenta al inicio del periodo contable.

Tabla 76. Balance General

Estado de situación financiera al año (cero)		
ACTIVOS		8.720,73
Capital de trabajo		6.480,73
Activos diferidos		400,00
Activo fijos		1.840,00
Equipo de Cómputo	400,00	
Muebles de Oficina	1.440,00	
PASIVOS		5.232,44
Préstamo bancario por pagar		5.232,44
PATRIMONIO		3.488,29
Inversión Propia		3.488,29
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		8.720,73

Elaborado por: La Autora (2018)

5.12.2. Estado de Resultados Proyectados

El estado de resultado proyectado nos permite observar los rendimientos que producirá el emprendimiento durante un periodo determinado, esto servirá para determinar si hay o no utilidades, se compone de todos los ingresos, los costos y gastos que se prevé que se generarán durante un periodo de tiempo.

Tabla 77. Estado de resultados proyectados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ventas Proyectadas	51.840,00	55.351,48	59.100,82	63.104,12	67.378,60	71.942,62
Costos Proyectados	31.104,00	33.210,89	35.460,49	37.862,47	40.427,16	43.165,57
Utilidad Bruta	20.736,00	22.140,59	23.640,33	25.241,65	26.951,44	28.777,05
Proyectada						
Gastos:						
Administrativos	6.646,79	7.333,25	7.647,45	7.975,90	8.319,30	8.598,38
De Ventas	8.214,00	8.535,66	8.869,92	9.217,26	9.578,21	9.953,29
Financieros	685,08	445,31	167,00		-	-
Depreciación	249,6	249,60	249,60	249,60	249,60	249,60
Imprevistos (1% de las ventas)	518,40	553,51	591,01	631,04	673,79	719,43
Total gastos	16.313,87	17.117,33	17.524,97	18.073,81	18.820,90	19.520,70
Proyectados						
Utilidad Operacional	4.422,13	5.023,26	6.115,35	7.167,84	8.130,54	9.256,35
proyectada						
15% Participación	663,32	753,49	917,30	1.075,18	1.219,58	1.388,45
Trabajadores						
Utilidad proyectada antes IR	3.758,81	4.269,77	5.198,05	6.092,67	6.910,96	7.867,90
Utilidad Neta	3.758,81	4.269,77	5.198,05	6.092,67	6.910,96	7.867,90

Elaborado por: La Autora (2018)

Se puede observar en la tabla anterior que la empresa proyecta obtener una utilidad razonable a lo largo de los años de vida útil esperados para el emprendimiento.

5.12.3. Flujo de Caja Proyectado

El estado de flujo de efectivo mide las fuentes y usos de dinero producidos en un periodo de tiempo con la finalidad de poder establecer los flujos netos de caja actualizados para cada uno de los años de proyección. A partir de la actualización de los flujos netos de efectivo es posible calcular los diferentes indicadores financieros que ayudarán a la toma de decisiones y determinación de la factibilidad económica del proyecto.

Tabla 78. Flujo de Caja Proyectado

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Valor de salvamento								662,40
Utilidad Operacional		3.758,81	4.269,77	5.198,05	6.092,67	6.910,96	7.867,90	
Depreciación		249,60	249,60	249,60	249,60	249,60	249,60	
TOTAL INGRESOS		4.008,41	4.519,37	5.447,65	6.342,27	7.160,56	8.117,50	662,40
Inversión fija	-1.840,00					-		
Capital de trabajo	-6.480,73							
Activos diferidos	-400,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00		
Crédito	5.232,44							
Ventas de activos								
Pago de capital del crédito bancario		1.491,53	1.731,30	2.009,61				
Impuesto a la renta		-	-	-	-	-		
TOTAL EGRESOS		1.571,53	1.811,30	2.089,61	80,00	80,00	-	
FLUJO NETO (I-E)	-8.720,73	2.437	2.708	3.358	6.262	7.081	8.117	662,40

Elaborado por: La Autora (2018)

5.12.4. Análisis financiero

El análisis financiero ayuda a determinar desde varios puntos de vista la factibilidad económica de un proyecto o emprendimiento, a continuación, se presentan algunos indicadores estudiados.

a. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor actual neto representa la actualización de flujos de caja del proyecto, es decir, mediante el uso de una tasa de descuento se trae a valor presente cada uno de los flujos netos de efectivo calculados para los años de vida útil del proyecto. La sumatoria de los flujos netos actualizados menos el valor de la inversión, se espera tener como resultado una cifra positiva, esto indicará que el emprendimiento si cuenta con factibilidad económica para ser realizado.

Tabla 79. Valor Actual Neto (VAN)

Años	Flujos Netos	TASA DE DESCUENTO 18 %	Flujos Netos Actualizados
0	-8.720,73		-8.720,73
1	2.436,88	0,847457627	2.065,15
2	2.708,07	0,71818443	1.944,89
3	3.358,04	0,608630873	2.043,81
4	6.262,27	0,515788875	3.230,01
5	7.080,56	0,437109216	3.094,98
6	8.117,50	0,370431539	3.006,98
7	662,40	0,313925033	207,94
			6.873,03

Elaborado por: La Autora (2018)

Fórmula:

$$\begin{aligned}
 \text{VNA} &= \frac{-A + \frac{\text{FC1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FC2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FC3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FC4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FC5}}{(1+i)^5} + \frac{\text{FC6}}{(1+i)^6} + \frac{\text{FC7}}{(1+i)^7}}{1} \\
 \text{VNA} &= \frac{-8.720,73 + \frac{2.437}{1,18} + \frac{2.708}{1,39} + \frac{3.358}{1,64} + \frac{6.262}{1,94} + \frac{7.081}{2,29} + \frac{8.117}{2,70} + \frac{662,40}{3,19}}{1} \\
 \text{VNA} &= -8.720,73 + 2065,15 + 1944,89 + 2043,81 + 3230,01 + 3094,98 + 3006,98 + 207,94 \\
 \text{VNA} &= \mathbf{6.873,03}
 \end{aligned}$$

Σ de flujos actualizados (-) Inversión Inicial

$$15.493,73 - 8.720,73 = \mathbf{6.873,03}$$

En este caso el VAN obtenido es de \$ 6.873,03 positivo por lo tanto es aceptable la inversión.

5.12.5. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este indicador financiero establece la tasa de rentabilidad esperada durante la vida útil del proyecto; se alcanza la tasa interna de retorno cuando el valor del VAN sea igual a cero.

A continuación, se presenta el siguiente cuadro.

Tabla 80. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Años	Flujos Netos	TASA DE DESCUENTO 18 %
0	-8.720,73	
1	2.436,88	0,847457627
2	2.708,07	0,71818443
3	3.358,04	0,608630873
4	6.262,27	0,515788875
5	7.080,56	0,437109216
6	8.117,50	0,370431539
7	662,40	0,313925033

Elaborado por: La Autora (2018)

TIR 38,61%

Los flujos se igualaron a cero, por lo tanto, la TIR de esta inversión es de 38.61% que comparada con la tasa promedio del interés comercial de las entidades bancarias del 18,00% es positivo para implementación del proyecto.

5.12.6. Beneficio / Costo

El cálculo del índice de beneficio costo consiste en aplicar un factor de inflación a cada uno de los flujos de ingresos y egresos proyectados para cada uno de los años de vida útil del emprendimiento. Para su obtención se tomará la sumatoria de los ingresos deflactados menos el valor de la inversión, y este valor será dividido para la sumatoria de los egresos actualizados.

Tabla 81. Beneficio / Costo

						Tasa de inflación	0,039
Años	Ingresos	Indice de inflación	Ingresos Actualizados	Egresos	Egresos Actualizados	IBC	
0	-8.720,73	1	-8.720,73		-		
1	51.840	0,961	49.818,24	31.884	30.640,52		
2	55.351	0,924	51.118,25	34.021	31.419,51		
3	59.101	0,888	52.452,19	36.303	32.218,85		
4	63.104	0,853	53.820,94	38.738	33.039,08		
5	67.379	0,820	55.225,41	41.337	33.880,73		
6	71.943	0,672	48.330,37	44.111	29.633,17		
TOTAL			253.714,31		161.199	1,57	

Elaborado por: La Autora (2018)

Este indicador refleja que, por cada dólar de inversión, se obtendrá 0,57 centavos adicionales.

5.12.7. Periodo de Recuperación de la Inversión

El PRI refleja el tiempo en el que se podrá recuperar la inversión que se ha realizado en el proyecto, se parte de la acumulación de los flujos de caja actualizados hasta obtener un valor similar, pero que sobrepase al de la inversión.

Tabla 82. Periodo de Recuperación de la Inversión

Años	Flujos Proyectados	Flujos Acumulados	Inversión
1	2.065,15	2.065	
2	1.944,89	4.010	
3	2.043,81	6.054	8720,73
4	3.230,01	9.284	
5	3.094,98	12.379	
6	3.006,98	15.386	

Elaborado por: La Autora (2018)

La tabla anterior muestra que del valor total de la inversión de \$ 8.720,73, se recuperará \$ 6.054,00 en el tercer año.

Tabla 83. Tiempo de Recuperación

DIFERENCIA	DIARIO	TIEMPO
2666,88		3 AÑOS
269,1672329	9,91	9 MESES
2422,51		27 DÍAS
244,37	8,97	
27,24		

Elaborado por: La Autora (2018)

En este caso el periodo de redención es de 3 años, 9 meses, 27 días.

5.12.8. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un indicador que ayuda a medir el nivel de riesgo de una inversión, es decir, a mayor punto de equilibrio mayor es el riesgo. El punto de equilibrio es aquel nivel en el que la sumatoria de los costos y gastos iguala a la de los ingresos anuales.

Tabla 84. Punto de Equilibrio

<i>Tabla 84. Punto de Equilibrio</i>			
PUNTO DE EQUILIBRIO DÓLARES =	COSTOS FIJOS	13.729,41	= 35.628
	1- COSTOS VARIABLES/VENTAS	0,39	
<hr/>			
Punto de Equilibrio Unidades =	Punto Equilibrio en Unidades monetarias	35.628	= 1188
	Precio de Venta	30	

Elaborado por: La Autora (2018)

Para el emprendimiento se obtuvo que el punto de equilibrio se alcanza cuando el nivel de ventas asciende a \$ 35.628,00 dólares.

Si se divide el valor del punto de equilibrio en dólares para el precio unitario de cada sombrero que es de \$ 30,00 se obtiene como resultado el punto de equilibrio en unidades, es decir, se alcanza este indicador cuando ha logrado una venta de 1.188 unidades.

5.12.9. Costo de Oportunidad

El costo de oportunidad es una definición económica que permite identificar la inversión con recursos propios versus la inversión con recursos financiados, bajo el supuesto de que el valor del aporte propio, en caso de no ser dedicado a este proyecto sería colocado en una inversión a plazo fijo.

Se espera que el costo de oportunidad que genere el proyecto sea superior a la tasa de interés que generarían estos recursos en una inversión a plazo fijo.

Tabla 85. Costo de Oportunidad

ORIGEN	INVERSIÓN	PORCENTAJE DE COMPOSICIÓN	TASA DE OPERACIÓN	VALOR PONDERADO
APORTE PROPIO	3.488,29	0,40	0,0465	0,02
APORTE FINANCIADO	5.232,44	0,60	0,15	0,09
	8.720,73			0,11
				10,86

Elaborado por: La Autora (2018)

Para el caso del emprendimiento, se calculó un costo de oportunidad del 10,86 %, superior a la tasa referencial pasiva del Banco Central del Ecuador que es de 4,65 %, resultado que se considera positivo para su implementación.

5.12.10. Resumen de los Evaluadores Financieros

A continuación, se presenta una tabla resumen de los indicadores financieros calculados, donde se observa cada uno de los valores obtenidos en el proyecto.

INDICADOR	VALOR OBTENIDO	VALOR ESPERADO	RESULTADO
Tasa de rendimiento medio	15,14%	Superior a la tasa activa referencial del BCE 10.83%	Factible
Valor Actual Neto	\$6.873	Positivo	Factible
Tasa Interna de Retorno	38,61%	Superior a la tasa pasiva a la que se contrata el crédito	Factible
Tasa Interna de Retorno Descontada	20,61%	Superior a la tasa pasiva a la que se contrata el crédito	Factible
Costo Beneficio	1,57	Mayor a 1	Factible
Periodo de Recuperación de la Inversión	3 Años, 9 Meses, 27 Días		Factible
Punto de Equilibrio Dólares	35.628		Factible
Punto de Equilibrio en Unidades	1188		Factible
Costo de Oportunidad	10,86 %	Superior a la tasa pasiva referencial del BCE 4.65 %	Factible

Elaborado por: La Autora (2018)

5.3. Conclusión:

El resumen de evaluadores financieros muestra una tasa de rendimiento del 15,14%, superior a la tasa pasiva referencial del BCE que es del 10,83%. El costo beneficio indica que, por cada dólar invertido en el emprendimiento, este genera cincuenta y siete centavos de dólar adicionales. La tasa interna de retorno es 38,61%, si a este valor se le resta el porcentaje establecido como tasa de descuento aplicado para el cálculo del VAN, que es del 18% el resultado es de 20,61% lo cual significa que el proyecto es rentable en el mercado. El VAN obtenido es de \$ 6.873,00 dólares positivos, esto demuestra que la inversión será recuperada dentro del periodo de vida útil. La inversión inicial se recuperará en 3 Años, 9 Meses, 27 Días. En conclusión, se puede mencionar que el proyecto es económicamente factible y sustentable en el tiempo.

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

6.1. Objetivo General

Plantear una propuesta de la estructura administrativa, de cada una de las unidades organizacionales para conformar el nivel jerárquico, constitución legal de la empresa y lograr su óptimo funcionamiento

6.2. Objetivo Específicos

- Determinar la Filosofía empresarial que regirá para la empresa.
- Establecer la estructura organizativa y el manual de funciones para el personal de la empresa.
- Establecer los requisitos para la constitución legal de la empresa.

6.3. Nombre de la Empresa

“PILE HAT”

El nombre se debe a la comunidad de Pile, perteneciente al Cantón Montecristi Provincia de Manabí, que es de donde los sombreros de Paja Toquilla son provenientes, elaborados por artesanos de la localidad; a esto se le añade el nombre Hat su escritura en ingles que significa sombrero ya que al mercado que se pretende llegar es al turista extranjero.

6.4. Logo

Gráfico 27. Logo



Elaborado por: La Autora (2018)

6.5. Eslogan

Se tomó esta frase ya que se enfoca en la esencia del producto y de las raíces de las cuales proviene este sombrero.

“El verdadero Sombrero hecho en Paja”

6.6. Filosofía de la Empresarial

6.6.1. Misión

Ser una empresa pionera en la comercialización del sombrero de Paja Toquilla en el Cantón Otavalo provincia de Imbabura; con la capacidad de llegar al turista nacional y extranjero, ofreciendo un sombrero único y de alto reconocimiento en el Ecuador y el mundo.

6.6.2. Visión

Para el año 2022 será una empresa líder en la comercialización del “Sombrero de Paja Toquilla” de óptima calidad, desarrollando importantes alianzas estratégicas que darán prestigio y reconocimiento a nivel nacional e internacional.

6.6.3. Políticas

Las políticas van a orientar las disposiciones empresariales y que contribuirían al cumplimiento de la visión y misión de la organización, estas son:

6.6.3.1. Clientes

No Ingresar con alimentos, bebidas alcohólicas y animales dentro del establecimiento, ya que pueden mancharse o dañar la mercadería.

No ingresar con armas y ni armas blancas por la integridad del Personal.

6.6.3.2 Personal

El vendedor tendrá que dar un servicio digno y adecuado al cliente

El cliente deberá exigir su comprobante de venta o factura

El personal deberá cumplir con las 8 horas laborables y cumplir con los horarios establecidos para su entrada y salida del establecimiento.

El personal estará sujeto a evaluación de desempeño, honestidad, ventas y atención a los clientes.

El personal tendrá 30 minutos para su hora de almuerzo, será desde las 13h00 hasta 13h30 pm.

6.3.3.2. Proveedores

El administrador buscará en sus proveedores un producto de calidad, precio justo y entrega a tiempo con los términos acordados.

La mercadería tiene que estar empacada correctamente para su traslado para que llegue al punto de venta en condiciones adecuadas.

Los pagos se realizarán por transferencias bancarias al banco de preferencia del Proveedor.

Las facturas se enviarán con la mercadería y su correspondiente guía de remisión.

6.3.3.3. Entidad

Cada una de las actividades realizadas en el emprendimiento, se cumplieran bajo normativas legales vigentes.

Crear planificaciones cada seis meses que estarán a cargo del administrador del establecimiento con la organización de metas para el cumplimiento de la misión y visión.

Mantener un talento humano eficiente con alto espíritu d responsabilidad.

Incentivar al personal por el buen desempeño de las actividades realizadas, la manera que sería con bonificaciones y capacitaciones.

6.6.4. Valores

a. Respeto.

Es una consideración de valor principal regirá en las relaciones entre la empresa y todo el grupo de interés que la conforma.

b. Lealtad.

Estar en compromiso en todo momento con la organización, obrando la franqueza y la honestidad.

c. Responsabilidad.

Cumplir con los compromisos, proporcionando lo mejor de uno tomando decisiones a tiempo.

d. de Servicio.

Estar atento a las necesidades del cliente y satisfacer sus expectativas.

e. Trabajo en Equipo.

Es una estructura organizativa que desarrolla las iniciativas y los recursos individuales para que la empresa consiga sus objetivos y metas.

f. Excelencia.

El personal es altamente capacitado y calificado en su labor, para ofrecer al cliente un sombrero de calidad buscando la excelencia y el gusto del consumidor.

6.7 Orgánico Estructural.

La estructura organizacional se realiza de acuerdo al tamaño y la capacidad de la empresa.

Gráfico 28. Orgánico Estructural



Elaborado por: La Autora (2018)

6.7.1 Orgánico Funcional.

La estructura funcional se realiza de acuerdo al manual de funciones de cada uno de sus cargos.

Gráfico 29. Orgánico Funcional



Elaborado por: La Autora (2018)

6.7.2. Manual de Funciones

Según el estatuto interno de la empresa establece las siguientes funciones para quienes forman parte de la organización.

6.7.2.1. Gerente


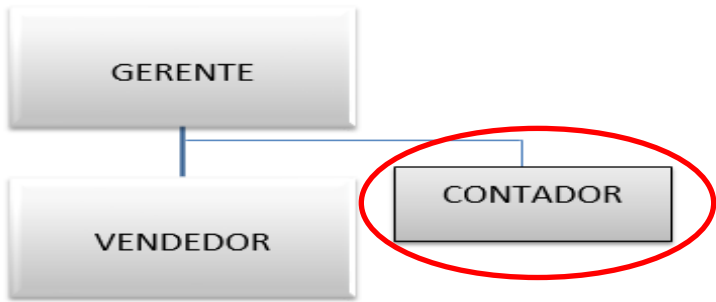
Tabla 86. Gerente

EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA “PILE HAT”	
	
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Unidad Administrativa: Gerencia Ubicación del puesto: Otavalo Ambiente del trabajo: Oficina Nivel Jerárquico: Ejecutivo	
NIVEL DE PUESTO	
Informa a: Propietario Supervisa a: Contador/a y Vendedor	
ORGANIGRAMA FUNCIONAL	
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- VENDEDOR[VENDEDOR] GERENTE --- CONTADOR[CONTADOR] </pre>	
TAREA DEL PUESTO	
Orientar el proceso administrativo que se lleva dentro de la organización.	
PRINCIPALES ACTIVIDADES	
Representar legalmente a la organización. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones emitidas Administrar la organización, ejecutando las políticas las planificaciones y presupuestos.	
INFORMES	
Presentar el informe administrativo, los estados financieros en periodos semestrales hacia el propietario.	
PERFIL	
Requisitos Título superior en Administración de Empresas o carreras afines. Edad entre 28 a 40 años Experiencia de unos 5 años	Aptitudes Esenciales Responsabilidad Trabajo en equipo Honesto

Elaborado por: La Autora (2018)

6.7.2.2. Contador/a


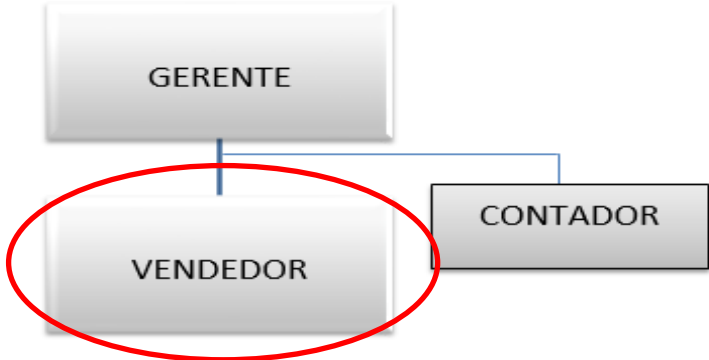
Tabla 87. Contador/a

EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA “PILE HAT”	
	
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Unidad Administrativa: Contador Ubicación del puesto: Otavalo Ambiente del trabajo: Oficina Nivel Jerárquico: Ejecutivo	
NIVEL DE PUESTO	
Informa a: Administrador Supervisa a: EL Vendedor	
ORGANIGRAMA FUNCIONAL	
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- VENDEDOR[VENDEDOR] GERENTE --- CONTADOR[CONTADOR] style CONTADOR stroke:#f00,stroke-width:2px </pre>	
TAREA DEL PUESTO	
Elaborar, registrar e informar la situación financiera de la empresa	
PRINCIPALES ACTIVIDADES	INFORMES
Realiza declaraciones de impuestos. Elabora estados financieros. Detallar informes económicos. Apoyo a las actividades administrativas.	Presentar los estados financieros para indicar al administrador de la empresa. Revisar los comprobantes de pago emitidos.
PERFIL	
Requisitos	Aptitudes Esenciales
Título superior en Contabilidad y Auditoría Edad entre 25 a 40 años Experiencia mínima de 2 años Conocimientos en sistemas contables y computación	Responsabilidad Trabajo en equipo Honesto

Elaborado por: La Autora (2018)

6.4.2.3. Vendedor

Tabla 88. Vendedor

EMPRESA COMERCIALIZADORA DE SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA “PILE HAT”	
	
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Unidad Administrativa: Vendedor Ubicación del puesto: Otavalo Ambiente del trabajo: Comercialización Nivel Jerárquico: Operativo	
NIVEL DE PUESTO	
Informa a: Administrador Supervisa a: Vendedor	
ORGANIGRAMA FUNCIONAL	
 <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- VENDEDOR[VENDEDOR] GERENTE --- CONTADOR[CONTADOR] </pre>	
TAREA DEL PUESTO	
Brindar un buen servicio que permita lograr y retener a los clientes y concretar las ventas	
PRINCIPALES ACTIVIDADES	INFORMES
Brindar un buen servicio	Emitir facturas y hacer cierres de caja
Ofrecer los productos a los clientes	Mantener un control de mercaderías
Tener buenas relaciones con los clientes	Kardex Existencias
PERFIL	
Requisitos	Aptitudes Esenciales
Estudios Secundarios	Responsabilidad
Edad entre 22 a 40 años	Trabajo en equipo
Experiencia mínima de 1 año	Honesto
Dominar el idioma ingles	

Elaborado por: La Autora (2018)

6.8. Constitución Legal

6.8.1. Tipo de Compañía

La empresa está conformada, con capital propio y con Inversión financiada.

6.8.2. Marco Legal

Para la constitución de la organización se formaliza la escritura pública en la que consta:

Razón Social: Empresa Comercializadora de Sombrero de Paja Toquilla “PILE HAT”.

Propietario: Sra. Johana Vélez

Estado Civil: Casada

Nacionalidad: Ecuatoriana

Domicilio: Lic. Nelson Dávila 3-91 y Panamericana Norte

Objetivo Social: Comercialización de sombreros de Paja Toquilla.

Inversión propia: Es un valor de USD 3.487,00 aportado por su propietario.

Financiamiento: Monto del crédito corresponde a USD 5.230,00 financiado por el Banco del Pacífico.

6.9. Aspectos Legales de Funcionamiento

Para inicio de operaciones del local de ventas los requisitos son los siguientes:

a. Servicio de Rentas Internas

Para Obtener del RUC:

Original y copia a color de la cedula

Original del certificado de votación

Planilla de servicios básicos

Contrato notarizado del arriendo del local

Obligaciones Tributarias

Declaración Semestral

Declaración de retenciones en la fuente

Declaración del Impuesto a la Renta

b. Patente Municipal del Local

Formulario d solicitud y declaración de patente

Formulario de patente municipal

Certificado de no adeudar al municipio

Copias del Cedula de Identidad del representante legar y certificado de votación

Copia de RUC o RISE

Copia de escritura de Constitución

Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos de Otavalo

c. Requisitos del Cuerpo de Bomberos

Un extintor de cinco libras

Un detector de humo

Numero de emergencia ECU – 911

Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos

Copia de la Cedula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal

Copia del RUC

Copia de la patente Municipal.

6.10. Conclusiones:

En el presente capítulo trata de la estructura administrativa que el proyecto especifica que se debe cumplir con los cargos de cada uno de sus colaboradores, permisos, constitución de la empresa con la finalidad de establecer mecanismos de función.

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1 Introducción

El objetivo primordial del capítulo es determinar el posible impacto social, económico, educativo cultural, ético y ambiental, que pueda surgir al ejecutarse el proyecto en cuanto a la constitución de la empresa y funcionamiento.

El análisis se realizó mediante la valoración de impactos, el mismo que permitió establecer los factores sociales, económicos, educativo - cultural, ético, ambiental, y todas las actividades que se llevaran a cabo durante la vida útil del proyecto, los cuales influyen directamente en el sector, proponiendo medidas correctivas para controlar, mitigar los impactos negativos y optimizar los positivos.

7.2. Objetivo General

Efectuar una investigación de las posibles consecuencias positivas y negativas que se produciría por la implementación del proyecto, a través de la construcción de una matriz de análisis con la finalidad de tratar de disminuir los efectos negativos y maximizar los positivos.

7.3. Objetivos Específicos

Identificar los impactos sociales viables que surgen al realizar la propuesta del proyecto.

Determinar, Analizar y caracterizar el medio educativo- cultural en que se desarrollan las actividades del proyecto.

Equilibrar, dimensionar y valorar los impactos positivos y negativos que serán generados en el proyecto.

7.4. Sistema de impactos

Para el proyecto se ha programado aplicar una tabla de valoración de los impactos, siendo:

Tabla 89. Valoración de Impactos

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa
Significado	Puntaje
Negativo Alto	-3
Negativo Medio	-2
Negativo Bajo	-1
No hay Impacto	0
Positivo Bajo	3
Positivo Medio	2
Positivo Alto	1

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

Sumatoria total

NIVEL DE IMPACTO= -----

Número de indicadores

Esta matriz se sustenta con un análisis técnico de los principales impactos el cual se compone por indicadores de mayor relevancia a los cuales se les asigna una valoración cuantitativa acorde a la influencia que genere en el medio de forma positiva o negativamente. Los impactos que sobresalen y están sujetos a análisis de Impacto social, económico, ético, educativo cultural, y ambiental, como se indica en el siguiente detalle.

7.4.1 Impacto económico

Tabla 90. Impacto económico

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Competencia existente						x		2
Precio accesible							x	3
Infraestructura adecuada							x	3
Clientes satisfechos						x		2
TOTAL								10

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

Sumatoria total

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,5 \text{ Alto positivo}$$

Por medio de la creación de la empresa el principal beneficio es la activación productiva y económica del Cantón Otavalo seguido por el mayor movimiento comercial que motivará a la creación de nuevos negocios en la ciudad y que permitirá notablemente el crecimiento y la estabilidad en la economía local y provincial, así también al crear este tipo de comercializadora se tiene la necesidad de realizar transacciones con empresas que están relacionadas con este tipo de negocio por lo que genera utilidad no sólo para la empresa sino para la sociedad en general.

El impacto económico del producto se basa en el precio justo, ya que está enfocado al alcance de la población nacional y de esta forma también a los turistas extranjeros, que garantizan la calidad del producto, además está compuesto por involucrados y beneficiarios directos e indirectos, además la ley de economía popular y solidaria en el art. 2 en el literal b, expresa que las organizaciones constituidas por familias, grupos humanos o pequeñas comunidades fundadas en identidades étnicas, culturales y territoriales, urbanas o rurales, dedicadas a la producción de bienes o de servicios, orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno próximo, tales como, los comedores populares, las organizaciones de turismo comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias, entre otras, que constituyen el sector comunitario.

7.4.2. Impacto social

Tabla 91. Impacto social

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Fuentes de trabajo							x	3
Variación de leyes/ Riesgo País					x			1
Atención personalizada							x	3
Organización social						x		2
TOTAL								9

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

Sumatoria total

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{9}{4} = 2,25 \text{ Alto positivo}$$

La medición de este impacto permitirá el desarrollo de la sociedad ya que en primer lugar se generaran fuentes de trabajo ya sea de forma directa o indirecta lo cual se logrará crear ingresos económicos para las personas principalmente que intervienen en el proyecto así como también a los consumidores que tendrán la gran satisfacción de adquirir un producto de altísima calidad, en segundo lugar a pesar de la resistencia al cambio y de ideologías tradicionales, se logrará a través de la inducción de nuevos procesos productivos evitar la migración debido a que al desarrollar el proyecto las personas que van a formar parte de él se verán motivados a seguir adelante sin abandonar sus ideales, la sociedad se involucrará directamente con el proyecto por ser partícipes y beneficiarios del mismo por lo que se mejorará la calidad de vida y se logrará una identificación social a nivel local, provincial y nacional.

7.4.3 Impacto cultural

Tabla 92. Impacto cultural

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Cultura de trabajo en equipo						x		2
Aprendizaje de nuevas tecnologías							x	3
Acceso a capacitaciones						x		2
Mejoramiento continuo del producto							x	3
TOTAL								10

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

Sumatoria total

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,5 \text{ Alto positivo}$$

Es importante medir el impacto cultural, debido a la generación de nuevos conocimientos ya que para poder ejecutar el proyecto es necesario buscar y entender sobre temas especialmente en producción, con el proyecto también se retomaran nuevas costumbres ya que al formar la empresa comercializadora de sombreros de paja toquilla el consumidor tendrá a su disposición productos de calidad basadas en normas vigentes en la producción, con esto en la Ciudad de Otavalo se dará a conocer la tradición y cultura de éstos sombreros los cuales son auténticos del Cantón Montecristi, por lo que se pretenderá obtener una identificación cultural a nivel local, provincial y nacional.

7.4.4. Impacto General

Tabla 93. Impacto general

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Σ
Impacto económico						x		2,50
Impacto social						x		2,25
Impacto cultural						x		2,50
TOTAL								7,25

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora del proyecto (2018)

Sumatoria total

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{7,25}{3} = 2,42 \text{ Alto positivo}$$

El impacto general es alto positivo, concluyendo que no existe ningún peligro que pueda impedir la ejecución del proyecto en lo referente a la medición.

7.5. Conclusiones

El estudio de impactos determinó que la empresa comercializadora de sombreros de paja toquilla tiene un valor de afectación de 2,42 positivo, considerando no significativo para el sector, poniendo en marcha los indicadores que más repercusión positiva tiene.

CONCLUSIONES

- ✓ El estudio diagnóstico permitió reconocer el entorno en el cual se va a realizar el emprendimiento, se concluyó que el cantón de Otavalo es un lugar de alta afluencia turística que es visitado constantemente por turistas nacionales y extranjeros por lo que se considera que es el sitio óptimo para la creación de la pequeña empresa comercializadora de sombreros de paja toquilla.
- ✓ El marco teórico se estructuró los conceptos a utilizar en el proyecto con la finalidad de conocer por medio de definiciones cada uno de aspectos técnico y financieros para buena comprensión de los términos utilizados en el desarrollo del trabajo.
- ✓ El estudio de mercado donde se determinó por medio de encuestas a los turistas nacionales y extranjeros el gusto por el sombrero, a través de la aplicación del porcentaje de afluencia turística se determinó que la demanda potencial a satisfacer de consumidores es de 1.728 turistas al año, de los cuales se aspira captar un segmento, lo que permitirá vender 6 sombreros de paja toquilla al día, laborando 6 días a la semana.
- ✓ El estudio técnico permitió establecer la macro y microlocalización con esto se implementará la microempresa comercializadora de sombreros de paja toquilla en el Cantón Otavalo, se determinó que los costos y gastos son accesible con una inversión total de \$ 8.720,73 de lo cual el 40% es financiamiento propio y el 60% crédito bancario.
- ✓ El estudio financiero se puso determinar un VAN de \$ 6.873 y una TIR de 38,61%, tomando como referente una tasa de rendimiento medio de 15,14%.
- ✓ En la estructura administrativa se pudo determinar la forma de cumplir la misión y visión de la empresa mediante políticas, compromisos y valores que generan un entorno adecuado para el personal.
- ✓ El estudio de impactos determinó que la empresa comercializadora de sombreros de paja toquilla tiene un valor de afectación de 2,42 positivo, considerando significativo

para el sector y para el micro emprendedor, en lo que se refiere al estudio de los indicadores que más repercusión positiva tienen.

RECOMENDACIONES

- ✓ En el cantón Otavalo, sitio sugerido para la creación de la empresa comercializadora de sombreros de paja toquilla, que consta con las características turística y su fácil acceso a la ciudad, esto permitirá que tenga la acogida esperada por las visitas nacionales y extranjeras.
- ✓ Es conveniente utilizar los conceptos que se encuentran en el marco teórico en términos generales, específicos y técnicos para contar con idea clara y precisa del desarrollo del proyecto.
- ✓ En lo referente al estudio de mercado es recomendable realizar alianzas estratégicas con la asociación UNAIMCO, esto permitirá que la empresa comercializadora de sombreros de paja toquilla tenga un acceso directo con los turistas extranjeros ya que la asociación es la encargada de administración del mercado centenario (Plaza de Ponchos) y permitirá dar a conocer el producto a los visitantes nacionales y extranjeros.
- ✓ Después de ejecutarse el proyecto y recuperada la inversión, es conveniente realizar estrategias de publicidad y promoción en los medios principales de comunicación para comunicar los factores positivos del proyecto en el Cantón Otavalo.
- ✓ Se recomienda la ejecución del proyecto en razón que se comprobó su factibilidad a través del estudio del técnico ya que se tiene que utilizar todos los recursos necesarios para que de manera eficaz y eficiente los procesos cumplan con la expectativa para lo cual se creó el proyecto
- ✓ Se determinó que los indicadores financieros del emprendimiento son importante, con esto se analizará los costos y gastos, se podrá crear estrategias para el incremento de los ingresos que van a generar la rentabilidad de la empresa.
- ✓ Se recomienda cumplir con la misión y visión de la empresa, ya que son los pilares fundamentales para que la organización cumpla con la finalidad para la que fue creado el emprendimiento.

- ✓ Después de ejecutarse el proyecto y recuperar la inversión, se debe coordinar con el Ministerio de Turismo para que fomenta a través de volantes para dar a conocer el sombrero de paja toquilla al turista y sea un accesorio de frecuente compra cada vez que se visita el cantón Otavalo

BIBLIOGRAFIA

- Arévalo, D. A. (2013). *Proyectos de Inversión y análisis formulación evaluación, práctica*. .
México : Trillas .
- Baca, G. U. (2013). *Evaluación de Proyectos* . México : Mc Graw Hill Educación .
- Bravo, M. V. (2013). *Contabilidad general* . Quito : Escobar impresiones .
- Griffin, R. (2011). *Administración* . México : Decima edición .
- Holm, M. A., & Chavéz, L. (2012). *NIIF PARA PYMES teoría y practica* . Guayaquil : 282.
- Meza, J. O. (2012). *Evaluación Financiera de Proyectos* . Bogota : Tercera .
- Padilla, D. R. (2013). *Contabilidad administrativa en enfoque estratégico para competir*.
México : Mg Graw Hill Educación .
- Suárez, S. J. (2012). *Marketing empresarial, Dirección como estrategia competitiva* . Bogota :
Trillas .
- Vélez, G. A. (2013). *Proyectos Identificación, formulación, evaluación y gerencia* . Madrid:
Segunda Edición .
- Zapata, P. S. (2011). *Contabilidad General* . Bogota, Colombia : L. Solano Arévalo, Ed .

ANEXOS





Universidad Técnica del Norte
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Carrera de Contabilidad y Auditoría



ENCUESTA DE SADI SFACCIÓN DEL PRODUCTO

Objetivo

Determinar el nivel adquisitivo de la prenda de vestir, sombrero de Paja Toquilla en la Ciudad de Otavalo, por favor marque con una x en la respuesta que usted prefiera.

1. ¿Origen?

Nacional () Extranjero ()

2. ¿Genero?

Masculino () Femenino ()

3. ¿Edades?

18 a 25 años () 26 a 35 años () 36 a más años ()

4. ¿Usa Sombrero de Paja Toquilla?

SI () NO ()

5. ¿Si la pregunta de la respuesta anterior es NO, diga por qué?

() Falta de Recursos

() Falta de Oferta en la Área Local

() Falta de Costumbre (Habito)

6. ¿Con que frecuencia compra Sombreros?

() Anual

() Trimestral

() Mensual

() Nunca

7. ¿Qué aspectos son Importante para adquirir el Sombrero de Paja Toquilla?

() De colores

() Normal

8. ¿En qué Lugar prefiere comprar el Sombrero de Paja Toquilla?

() Local

() Plaza de Ponchos

() Ferias Ciudadanas

() Centro Comerciales

9. ¿Con que frecuencia utiliza Sombreros de Paja Toquilla?

() Siempre

() A veces

() Casi Nunca

() Nunca

10. ¿Es conveniente la venta de sombreros de paja toquilla en Otavalo?

SI () NO ()

11. ¿Le parece atractiva de la venta de sombreros de paja toquilla en Otavalo?

SI () NO ()

12. ¿Qué mecanismo de promoción prefiere para los productos?

Mecanismo de Promoción	Marque con una X
Obsequio por la compra del producto	<input type="checkbox"/>
Descuentos en su compra	<input type="checkbox"/>
Sorteos	<input type="checkbox"/>
Ofertas especiales	<input type="checkbox"/>

13. ¿Por qué Medio de Publicidad desearía que se publiquen los productos?

Medio de Comunicación	Marque con una X	Nombre del medio de Comunicación
Radio	<input type="checkbox"/>
Prensa	<input type="checkbox"/>
Hojas Volantes	<input type="checkbox"/>
internet	<input type="checkbox"/>

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis Corregida Johana.pdf (D35524985)
Submitted: 2/11/2018 6:49:00 PM
Submitted By: marejohy@hotmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

TESIS COMPLETA ESTEFANIA NAVARRETE.docx (D21261723)
PROYECTO.pdf (D19270789)
Aguilar-Méndez.docx (D25712934)
TRABAJO DE GRADO DORIS CARAGOLLA.docx (D21239942)
Tesis Cristian Cevallos.pdf (D18298498)
TESIS COMPLETA MARTHA ROSERO.doc (D11119313)
<https://www.daypo.com/culturas-cayambe-otavalo.html>

Instances where selected sources appear:

3